



Estudio internacional confirma que elementos infantiles en empaques promueve el consumo de alimentos no saludables en la infancia

- *Se refuerza justificación al retiro de personajes infantiles en empaques y publicidad presentes en la nueva norma de etiquetado frontal de advertencia y regulación de publicidad en México.*
- *Reporte basado en la revisión de 57 estudios identifica impacto de elementos como personajes en el consumo de alimentos no saludables en la infancia.*

Ciudad de México, 24 de junio 2020.- Mientras las grandes corporaciones de alimentos y bebidas buscan bloquear el nuevo etiquetado frontal de advertencia y las regulaciones a la publicidad de alimentos en México argumentando que sus personajes en los productos no pueden ser prohibidos porque son parte de su marca y se violaría sus derechos de propiedad intelectual así como tratados comerciales, una amplia variedad de estudios muestra que los elementos en los empaques de alimentos, tales como los personajes de dibujos animados, influyen efectivamente en el atractivo de los productos para las niñas y niños, principalmente de alimentos poco saludables, según una revisión sistemática realizada por investigadores de la Universidad de Calgary y [publicada en la revista Nutrients](#) en marzo de 2020.

La evidencia justifica regular estas estrategias de mercadeo dirigida a proteger la salud de la infancia en un país que se encuentra bajo emergencias epidemiológicas de obesidad y diabetes desde 2016, justificación reconocida en los tratados internacionales tanto de comercio como de propiedad intelectual. Lo anterior ya ha ocurrido en otras naciones en las que se han prohibido estas estrategias de publicidad dirigidas a la infancia o, incluso, cualquier tipo de publicidad dirigida a este grupo etario por su condición de inexperiencia y credulidad frente a la publicidad en general.

Las altas tasas de obesidad infantil y el alto riesgo asociado de obesidad en adultos están relacionados con el consumo excesivo de alimentos no saludables y ultraprocesados con alto contenido de azúcares, grasas y sodio. Desde el sector de la salud pública se han hecho esfuerzos para tratar de restringir el uso de personajes de dibujos animados, colores brillantes y otros elementos utilizados por los fabricantes de alimentos y bebidas en los empaques para atraer específicamente a los y las niñas, aumentando su preferencia por alimentos no saludables. Esta revisión sistemática examinó los nutrientes en los alimentos presentados en los estudios, las afirmaciones nutricionales hechas en el empaque, las técnicas de comercialización utilizadas en sus presentaciones y la efectividad de las técnicas de empaquetado.

Los 57 estudios incluidos en la revisión se centraron en empaques de alimentos dirigidos a niñas y niños. Si bien los estudios incluidos difieren de acuerdo a las metodologías, los resultados, los elementos de empaque, los tipos de alimentos, los estándares nutricionales y los rangos de edad; la revisión concluyó, en general, que el empaquetado de los alimentos informa a niñas, niños y padres sobre la elección de alimentos. La mayoría de los productos con empaques dirigidos a los y las niñas eran de baja calidad nutricional, en algunos casos incluso cuando ese empaque resaltaba ingredientes “saludables”.

Hallazgos clave:

- Veintidós estudios de esta revisión se centraron en el contenido nutricional de una gama de alimentos empaquetados para atraer a las niñas y niños; todos estos estudios concluyeron que los alimentos empaquetados para atraer a las y los niños no eran saludables.

- La estrategia de empaque más frecuente fue el uso de personajes de dibujos animados para hacer los alimentos no saludables más apetitosos para las niñas y niños, y una de las más persuasivas cubiertas en la investigación resumida en esta revisión.
- Otras técnicas utilizadas en los empaques dirigidos a los y las niñas incluyeron imágenes y colores para hacer que los alimentos no saludables parecieran más divertidos, promoción cruzada con programas de televisión y películas, así como premios a manera de incentivos.

Mensajes clave:

- La evidencia es abrumadora: la mayoría de los alimentos empacados para atraer a los niños y niñas no son saludables, lo que aumenta las posibilidades de que las y los niños prefieran consumir alimentos poco saludables y, a su vez, aumenta los riesgos para la salud.
- Se necesitan fuertes restricciones en el empaquetado persuasivo de alimentos dirigido a las niñas y niños, como parte de una estrategia más amplia para regular la comercialización de la industria alimentaria y combatir la obesidad infantil.

Referencias:

Elliott, C & Truman, E. (2020). The Power of Packaging: A Scoping Review and Assessment of Child-Targeted Food Packaging. *Nutrients*. 12. 958. 10.3390/nu12040958.

Los fondos para este estudio fueron provistos por el Programa de Cátedras de Investigación de los Institutos Canadienses de Investigación en Salud de Canadá, la Fundación Helderleigh y Health Canada.

Puede encontrar un enlace al texto en línea en <https://www.mdpi.com/2072-6643/12/4/958>.

Recursos adicionales: Nutrients es un foro avanzado internacional de acceso abierto y revisado por pares para publicar estudios relacionados con la nutrición humana, con el objetivo de alentar a los científicos a publicar sus resultados con el mayor detalle posible.

Contacto prensa:

Rosa Elena Luna 55-2271-5686;
Diana Turner cel. 55-8580-6525;
Majo Sendra cel. 55-3821-8589;
Denise Rojas cel. 55-1298-9928