



37 Congreso Argentino de Pediatría

Sociedad Argentina de Pediatría



37° CONGRESO ARGENTINO DE PEDIATRÍA

MENDOZA - ARGENTINA - 2015

29 y 30 DE SEPTIEMBRE - 1 y 2 DE OCTUBRE

*Por un futuro mejor:
niñ@s y adolescentes saludables
en tiempos de cambio*





37 Congreso Argentino de Pediatría
Sociedad Argentina de Pediatría



Trabajemos para prevenir la obesidad

La comida, las golosinas, la publicidad,
las pantallas, el sedentarismo

Mario Elmo

Trabajemos para prevenir la obesidad

Del “gen ahorrador”* al “etos consumista”

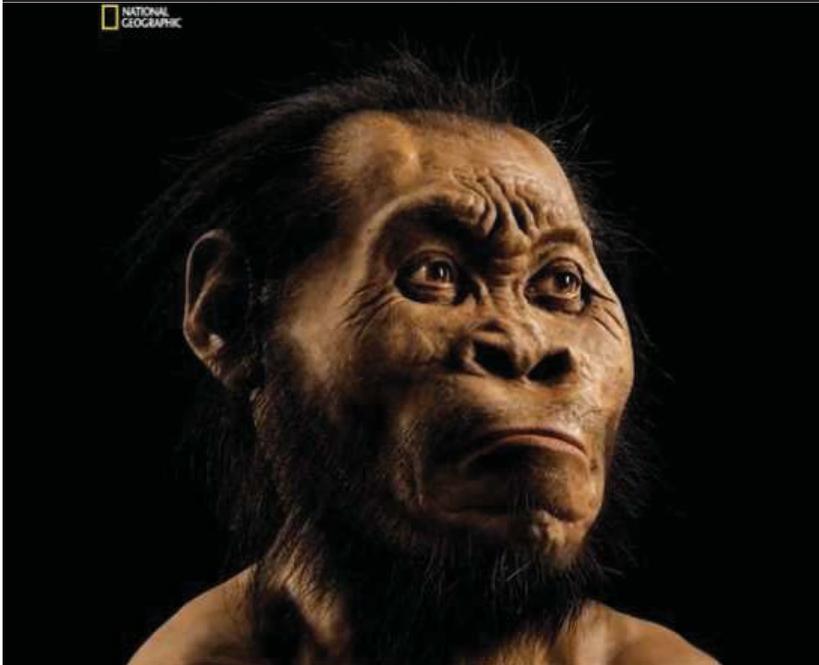
*De fracturas geológicas y evoluciones
hasta la epidemia de obesidad*

*¿qué nos pasó?
¿qué podemos hacer?*

**Neel JV. Diabetes meelitus: A “thrifty” genotypoe rendered detrimental by “progress”? Am J Hum Genet. 1962; 14*

Trabajemos para prevenir la obesidad

2.000.000 de años de evolución biológica y cultural



**Homo naledi*

**Lee Berger et al. Homo naledi, a new species of the genus Homo from the Dinaledi Chamber, South Africa. eLife 2015;4:e09560*

Trabajemos para prevenir la obesidad

2.000.000 de años de evolución biológica y cultural
a 100 años de involución industrial

NATIONAL
GEOGRAPHIC



**Homo naledi*



Homo "sacarosa"

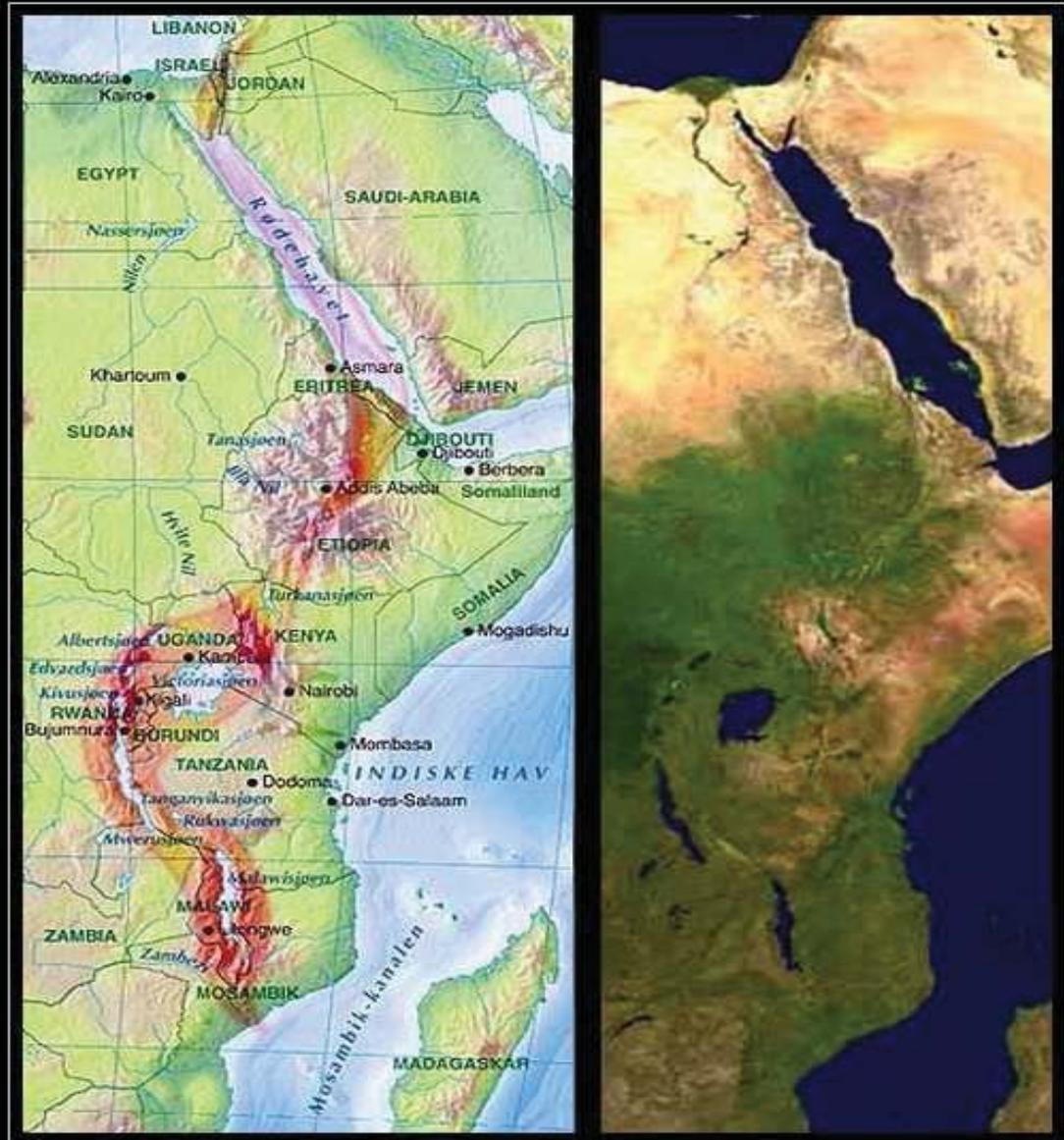
**Lee Berger et al. Homo naledi, a new species of the genus Homo from the Dinaledi Chamber, South Africa. eLife 2015;4:e09560*

Trabajemos para prevenir la obesidad

Yo vivía en un bosque muy contento.....

(Ardipithecus ramidus)

Hace más de
5.000.000 de años
frugívoros



Trabajemos para prevenir la obesidad

caminaba, caminaba sin cesar.....

(Australopithecus africanus) "Lucy"

hace 3.000.000 de años

Bipedismo : frutas + raíces, tubérculos, hojas y carroña



Trabajemos para prevenir la obesidad

(Australopithecus africanus) “Lucy”
durante más de 2.000.000 de años
ayuno prolongado y largas “caminatas”

Adaptación metabólica y conductual a las hambrunas y los depredadores*

- Insulinorresistencia en músculo esquelético
- Insulinorresistencia en tejido adiposo
- Leptina resistencia = hiperfagia

**Ricart W. La resistencia a la insulina como mecanismo de adaptación durante la evolución humana. Endocrinología y Nutrición. Vol. 57 (8), 2010*

Trabajemos para prevenir la obesidad

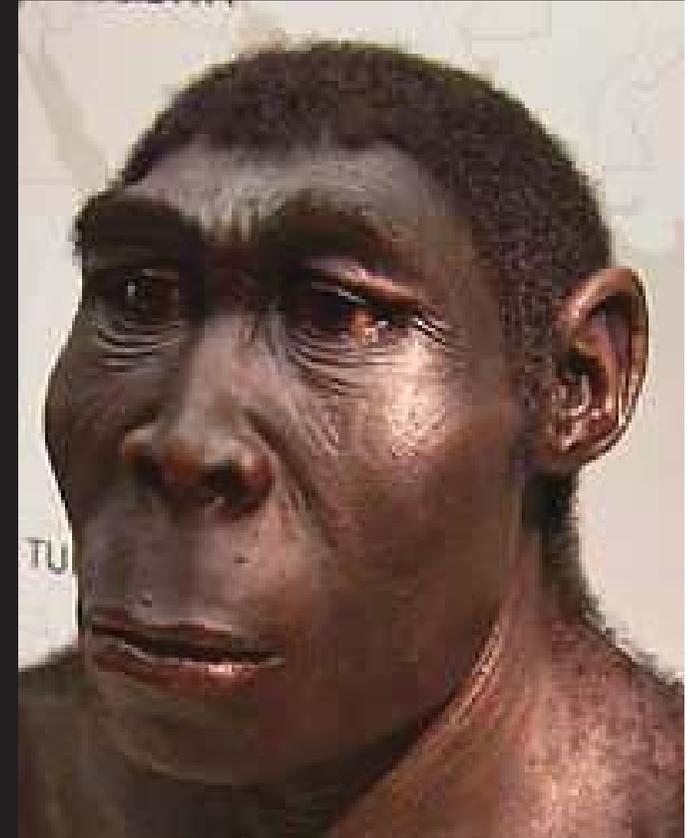
(*Homo nadelii / habilis / ergaster/ erectus*) = el primer “trabajador”

Hace 1.500.000 de años = la era del hielo

Vagabundo, trotamundo, carroñero, cazador, recolector, pescador*

Acceso a ac. grasos Omega 6 y Omega 3

- Habilidades de caza, pesca, manejo del fuego
- Desarrollo corporal y cerebral (1.000 cc)
- “socialización”
- Consolida insulinoresistencia muscular



**Ricart W. La resistencia a la insulina como mecanismo de adaptación durante la evolución humana. Endocrinología y Nutrición. Vol. 57 (8), 2010*

Trabajemos para prevenir la obesidad

Homo sapiens

Hace 200.000 años y con más eras glaciales

- ✓ *Presión selectiva ambiental de la escasez*
- ✓ *Adaptación metabólica*
- ✓ *desarrollo de nuevas habilidades y “saberes”*
- ✓ *Construcción cultural y organización social*
- ✓ *Pensamiento abstracto y simbolismo*

*“La insulino y leptino resistencia
- como mecanismo adaptativo –
favoreció la supervivencia y
el éxito reproductivo de nuestra especie”*

Homo sapiens moderno



Trabajemos para prevenir la obesidad

Homo sapiens

Desde hace 10.000 años

Desarrollo de la agricultura = incorporación de cereales

✓ *Mayor disponibilidad de alimentos*

✓ *Sedentarismo*

Desde hace 150 años

revolución industrial y agricologanadero

economía de mercado y sociedad de consumo

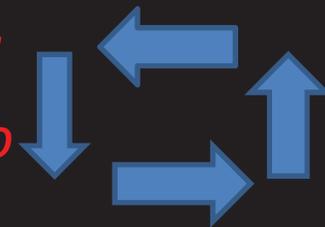
✓ *acceso fácil y continuo de alimentos*

✓ *Presión para consumo*

Industria de la alimentación = grasas + azúcar + sal

Industria del entretenimiento virtual = sedentarismo

Hambre y fatiga ancestral



Trabajemos para prevenir la obesidad

*“El mecanismo adaptativo de la insulina y leptina resistencia son un factor determinante de gran morbimortalidad”**



Obesidad – Sind. Metabólico – Diabetes mellitus 2

**Ricart W. La resistencia a la insulina como mecanismo de adaptación durante la evolución humana. Endocrinología y Nutrición. Vol. 57 (8), 2010*



37 Congreso Argentino de Pediatría
Sociedad Argentina de Pediatría



Trabajemos para prevenir la obesidad

La comida, las golosinas, la publicidad,
las pantallas, el sedentarismo

Mario Elmo

Trabajemos para prevenir la obesidad

Las golosinas *definiciones*

*“aquellos alimentos industriales, nutricionalmente desbalanceados y con alto contenido de hidratos de carbono, grasas y/o sal”**

RAE: *“manjar delicado, generalmente dulce, que sirve más para el gusto que para el sustento”*

**Castillo Durán C. Las golosinas en la alimentación infantil. Rev Chil Pediatr 2006; 77(2)*

Las golosinas

Conceptos

Placer del gusto y del acceso fácil que prevalece por sobre el placer de la obtención (búsqueda, caza, pesca, recolección), de la preparación (uso del fuego) y la comensalidad compartida (tribu/familia)

La grasa y el azúcar proveen mayor recompensa neurobioógica y sensorial

La introducción temprana genera una impronta de familiaridad por lo dulce que determina la preferencia futura y condiciona hábitos alimentarios

Trabajemos para prevenir la obesidad

Las golosinas

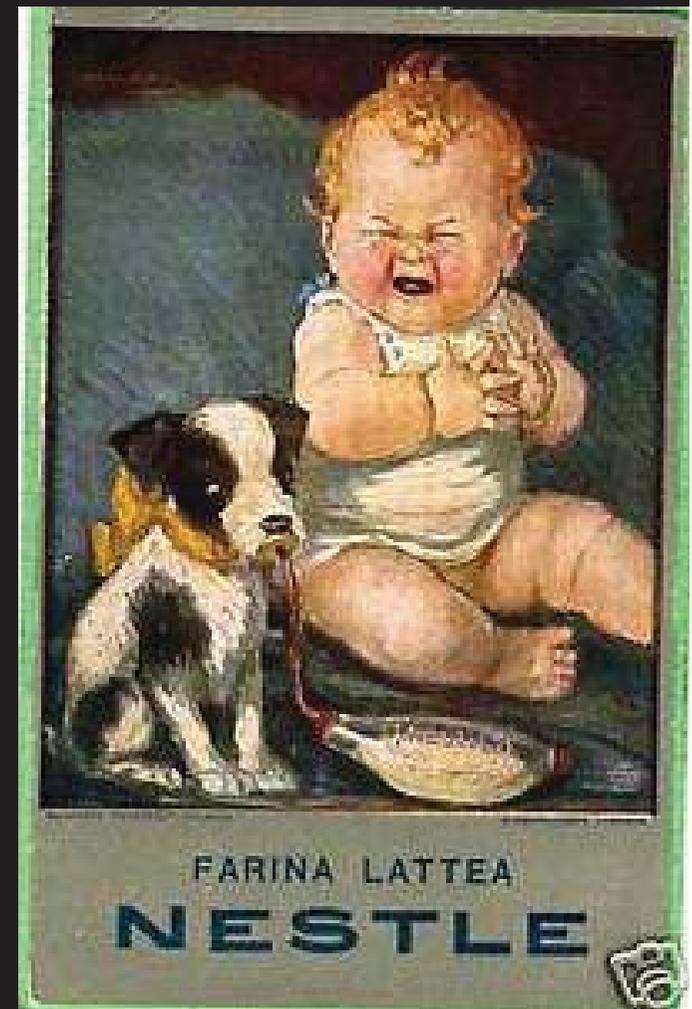
Historia

El consumo de “confites” se desarrolló en Europa y USA a fines del XIX en ocasiones festivas

La industria descubrió el negocio de la difusión y extensión

La tecnología de la producción y el marketing la masificó

Constituyeron el “caballo de Troya” de la globalización: Coca-cola, Nestlé, Unilever



Trabajemos para prevenir la obesidad

La infancia y adolescencia como nicho del mercado

Aprovechando:

la particularidad de sus gustos y comportamientos

*La atracción por los colores, juguetes, animaciones, concursos,
promociones*

La vulnerabilidad frente al marketing de la imagen y los estereotipos

*La necesidad de pertenencia a grupos de pares y/o status social
según consumo*

Trabajemos para prevenir la obesidad

*La cultura y conocimiento ancestral
como obstáculo a demoler*

Utilizando la manipulación y el engaño a través de:

*la adición de rótulos: “nutritivos”, “energéticos”, “naturales”
“preventivos”, “divertido”, “feliz”*

*El ofrecimiento de respuesta rápida y fácil a las continuas y complejas
demandas de los niños*

*la transformación del “obstáculo” familiar en “trabajadores no
remunerados” de la estrategia de la publicidad y la comercialización*

*la incorporación de **¡pediatras!** en la publicidad mediática
recomendando golosinas lácteas para el “crecimiento y desarrollo”*

Trabajemos para prevenir la obesidad

Derrumbando los muros de la educación

Invadiendo:

Escuela: Kioscos

Jardines : Colaciones de jugos, gaseosas y galletitas

Hospitales: kioscos y casitas “felices”

Familia: Autonomía precoz para el gasto sin contrapartida de responsabilidad y reemplazando el valor del ahorro por el del consumo

del “gen ahorrador” al “etos consumista”



37 Congreso Argentino de Pediatría

Sociedad Argentina de Pediatría



Trabajemos para prevenir la obesidad

El pediatra como actor social

- **Familias:** información
- **escuelas y jardines:** educación para la salud – kioscos saludables
- **Servicios y equipo de salud:** compromiso, investigación y ética!
- **autoridades y legisladores:** regulación y control
- **Empresas :** responsabilidad social
- **Medios de comunicación:** participación sociedades científicas

Trabajemos para prevenir la obesidad

Foro OMS: Comercialización de alimentos y bebidas no alcohólicas a los niños (2006)*

El alcance, la naturaleza y los efectos de la promoción de alimentos a los niños: una revisión de la evidencia

➤ *La revisión concluye que la comercialización de alimentos afecta la conducta alimentaria de los niños de una manera negativa y por lo tanto se necesita una acción mundial en la comercialización de alimentos a los niños.*

**Marketing of food and non-alcoholic beverages to children Report of a WHO Forum and Technical Meeting Oslo, Norway, 2-5 May 2006*

Trabajemos para prevenir la obesidad

Unión Europea - Código PAOS (2005)*

(Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a menores)

- No alentar un consumo desmedido
- No inducir el reclamo a padres por la compra
- No incluir personajes famosos o fantásticos
- No sugerir que aumenta la aceptación de pares, aporta prestigio o adquiere las cualidades de esos personajes
- No utilizar en programas para niños

**Código de correulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigidas a menores, prevención de la obesidad y salud. Código PAOS..*

http://www.naos.aesan.msssi.gob.es/naos/ficheros/empresas/CODIGO_PAOS_2012.pdf

Trabajemos para prevenir la obesidad

International Obesity Task Force (2008)*

“ 7 Principios de Sydney “

- *Acciones legales para reducir la comercialización de alimentos insanos dirigidas a niños*
- *Dar garantía a una niñez libre de comerciales*
- *Evaluar, supervisar, hacer cumplir*

American Academy of Pediatrics (2011)**

“Niños, adolescentes, obesidad y medios de comunicación”

- *Prohibición de la publicidad de comida basura (junk food) en la programación para niños y adolescentes*

**The 'Sydney Principles' for reducing the commercial promotion of foods and beverages to children. Public Health Nutr. 2008 Sep;11(9)*

***Children, Adolescents, Obesity and the Media. Pediatrics 128 (1), 2011*

Trabajemos para prevenir la obesidad

Ley Nacional 26.522 Servicios Comunicación Audiovisual

Art. 81 inc. h

“La publicidad destinada a niños y niñas no debe incitar a la compra de productos explotando su inexperiencia y credulidad”

Proyecto de Ley (Exp. 7106-D-2014)*

“Regular la exhibición y publicidad de alimentos a efectos de prevenir la obesidad infantil”

*<http://www1.hcdn.gov.ar/proyxml/expediente.asp?fundamentos=si&numexp=7106-D-2014>

Trabajemos para prevenir la obesidad

No debemos entregar nuestra cultura alimentaria y salud nutricional, que nos llevó 2.000.000 de años de difícil evolución, al fabuloso negocio de la industria de la alimentación

Esta es una de las verdaderas “trincheras” de la salud



37 Congreso Argentino de Pediatría

Sociedad Argentina de Pediatría



Gracias!!

Mario Elmo