
La ley de etiquetado de alimentos es útil, también, para el pediatra

Dra. Norma Piazza

Pediatra especialista en Nutrición Infantil.

Autora de capítulos de nutrición infantil y de trabajos publicados en revistas científicas.

Presidenta del 3° Congreso Argentino de Nutrición Pediátrica.

Ex Directora de investigaciones en nutrición infantil (IDRC). Docente de postgrado en nutrición infantil.

Ex Médica del área de Nutrición del Servicio Pediatría del Hospital Pr. A Posadas y ex Coordinadora de los programas de nutrición infantil en el Municipio de Vicente López, provincia de Buenos Aires.

Declaro no tener conflicto de intereses.

- *Los pediatras siempre han recomendado la comida con elaboración casera especialmente para la primera infancia como la fuente principal de alimentos por ser la más saludable, bajo la hipótesis que en esta etapa de la vida la palabra médica tiene más peso para la orientación en las prácticas alimentarias.*

- *Las encuestas nacionales de nutrición y salud de la Argentina 2005 y 2019 (ENNyS 1 y 2) muestran que en los menores de dos años el consumo de los alimentos ultraprocesados (UP) aportan un porcentaje elevado de la energía diaria, en el primer quintil llega al 33% del total y en los preescolares al 41% si se le suma los alimentos procesados es del 50%.*
- *La aceptación de la comida implica un aprendizaje social, no es natural, no es instintiva aprendemos a comer; siempre interviene “otro/a” que es quién nos trasmite la categoría de la cultura que le da sentido a qué llamamos comida y a qué no.*
- *El desarrollo del gusto humano es una construcción de la época, es una falacia extendida asumirlo como personal.*
- *Las publicidades de alimentos y bebidas dirigidas a la infancia priorizan los discursos emotivos y estéticos, antes que los racionales; o sea no hay una descripción del producto en sí, sino que sólo busca que se lo desee.*
- *Los niños se han transformado en actores dinamizadores e impulsores de la economía, para el mercado son clientes. Del total de las publicidades de alimentos en televisión, el 88% son ultraprocesados (UP).*
- *El 76% de la población en Argentina no lee los rotulados de los envases de los alimentos y el 87% no los entiende, sin la aplicación plena de la ley de etiquetado de alimentos, la mayoría de las personas consumen alimentos industriales que no saben qué contienen.*
- *Hay una evidencia creciente que sugiere que el alto consumo de alimentos UP está asociado con un aumento de las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) en el adulto, hipertensión arterial, diabetes, cáncer, obesidad, sobrepeso, depresión o asma; durante el embarazo se ha relacionado con el desarrollo posterior de sibilancias en el niño.*
- *En Argentina el consumo de bebidas azucaradas explica el 27% del total de casos de obesidad en la infancia.*
- *Existen diferentes modelos de etiquetados que se están aplicando en respuesta a los reclamos de cambios ejercidos por las organizaciones de salud para facilitar la comprensión del contenido de nutrientes y orientar a la selección de los más saludables, algunos modelos han sido desarrollados por los gobiernos junto a la academia, organizaciones civiles y organizaciones internacionales de salud, otros por la industria, en algunos países la aplicación es voluntaria y en otros obligatoria.*
- *Los sistemas de advertencia son más claros para los adultos, NNyA y la población vulnerable socioeconómicamente y permiten la selección de alimentos más saludables en menor tiempo, influyendo en los patrones de compra.*

- *La Ley de Promoción de la alimentación saludable es más conocida por uno de sus artículos el Etiquetado frontal de alimentos.*
- *La ley dispone la obligatoriedad en todo el territorio argentino que los alimentos envasados y bebidas analcohólicas deban presentar en la cara principal de su envase el rotulado de advertencia con los sellos octogonales negros cuando los nutrientes críticos excedan el perfil de nutrientes establecidos por la OPS.*
- *Los alimentos y bebidas UP seguirán a la venta, pero la presencia de los sellos de advertencia con los excesos de los nutrientes críticos en los envases facilitará comunicar a la sociedad, a los pacientes y sus familias, que no son saludables.*

Autoevaluación

Identifique Verdadero o Falso en los siguientes enunciados

	V	F
1. Un alimento es un UP si su lista de ingredientes contiene al menos un elemento o sustancia alimenticia que nunca o rara vez se usa en las cocinas (como jarabe de maíz con alto contenido de fructosa, aceites hidrogenados, proteínas hidrolizadas), o aditivos diseñados para hacer que el producto final resulte agradable o atractivo.		
2. Las barras de cereales o los cereales endulzados para el desayuno se encuentran dentro de los alimentos ultraprocesados.		
3. El 36% de los escolares consume golosinas (caramelos, alfajores, chupetines, chicles, barras de cereal, etc.) dos veces por semana o más.		
4. El consumo de fructosa ha aumentado en las últimas 4 décadas un 100%.		
5. En muchos países se han implementados con muy buenos resultados los códigos voluntarios de la industria alimentaria para la comercialización responsable.		
6. La política de etiquetado en los envases puede impulsar la reformulación de la composición de alimentos y la estrategia del marketing.		
7. Entre los objetivos de la Ley de Promoción de una alimentación saludable se encuentra advertir a los consumidores sobre los excesos de componentes como azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales y calorías, a partir del etiquetado frontal.		
8. Hay evidencia acerca de la eficacia de cualquiera de los sistemas de etiquetado si son aplicados correctamente.		
9. Los alimentos mínimamente procesados no requieren rotulado tampoco los frutos secos, ni los ingredientes culinarios como azúcar común, aceites vegetales, sal común de mesa.		
10. La reglamentación de la ley estipula la aplicación gradual, en un comienzo la tolerancia de los nutrientes puede ser superior al límite del perfil de OPS, aunque siempre inferior al momento de la existencia de la ley.		

Responda las siguientes consignas

1. Defina los siguientes términos.

Alimentos procesados:

.....
.....
.....

Alimentos ultraprocesados:

.....
.....
.....

2. Enumere por lo menos cinco ejemplos de alimentos procesados y cinco de ultraprocesados.

Alimentos procesados:

.....
.....
.....

Alimentos ultraprocesados:

.....
.....
.....

3. Mencione por lo menos tres lugares dónde no podrán ingresar alimentos que contengan sellos de advertencia.

.....
.....
.....

4. Explique qué aspectos relacionados con los alimentos ultraprocesados y bebidas quedan prohibidas a partir de la ley.

.....
.....
.....

Analice y resuelva las siguientes situaciones clínicas

Camila

Los padres concurren al control clínico anual de Camila, de 3 años y 8 meses, sana. Son atentos a las indicaciones y tienen interrogantes para la crianza de su primera hija buscada y deseada, es un placer atenderlos. Desde su ingreso al nivel inicial la oferta alimentaria del jardín les creó conflictos, no acuerdan, como tampoco la pediatra, que para la adaptación le ofrezcan diariamente golosinas y los refrigerios sean jugos y galletitas industriales. Se sienten solos en el

Autoevaluación

reclamo y se plantean si Camila será marginada de no seguir con esas pautas.

Tomando en cuenta la Ley 27.642, de Promoción de la Alimentación Saludable. ¿Cuál sería su respuesta a la inquietud de los padres?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Thiago

Thiago tiene 8 años visita por tercera vez a su pediatra por la misma consulta, su obesidad. Su desayuno consiste la mayoría de los días en yogur descremado y cereales, realiza un esfuerzo económico por adquirirlos. En la descripción del día de vida cuenta con tristeza que en los recreos sus compañeros compran golosinas que tienen las figuritas para el álbum que a él le gusta; su madre evita darle dinero, a veces concede para no sumar reproches y deteriorar el vínculo a la hora de concurrir a la escuela, ambos están insatisfechos con las decisiones.

Tomando en cuenta la Ley 27.642, de Promoción de la Alimentación Saludable. ¿Cuál sería su respuesta al niño y a su madre?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

INTRODUCCIÓN

Los alimentos industriales con bajo valor nutritivo, ultraprocesados, “chatarra”, “basura” al decir del Dr. G. Girardi (médico y senador chileno), son consumidos por una amplia mayoría de la población que no conoce su composición, ni las consecuencias que producen en su salud. El Estado a través de sus distintos organismos tiene herramientas para intervenir en la disminución del consumo ya que está asociado a la elevada tasa de enfermedades crónicas no transmisibles.

¿Qué son los alimentos ultraprocesados?

Los alimentos, clasificados según el grado de procesamiento (Clasificación NOVA), están agrupados en cuatro categorías según su naturaleza y finalidad. **Tabla 1.**

1. Alimentos sin procesar o mínimamente procesados: son partes de plantas o animales que no han experimentado ningún procesamiento industrial, no agregan azúcar, grasas, ni sal.
2. Ingredientes culinarios procesados: sustancias extraídas y purificadas por la industria a partir de componentes de los alimentos u obtenidas de la naturaleza no se consumen solas.
3. Alimentos procesados: se elaboran al agregar grasas, aceites, azúcares, sal y otros ingredientes culinarios a los alimentos mínimamente procesados, requieren en general elaboración casera.
4. Ultraprocesados (UP): son formulaciones industriales elaboradas a partir de sustancias derivadas de los alimentos o sintetizadas de otras fuentes orgánicas. La mayoría de estos productos contienen pocos alimentos enteros o ninguno, están elaborados principalmente con ingredientes industriales, listos para consumirse o para calentar y, por lo tanto, requieren poca o ninguna preparación culinaria. Los UP tienen conservantes, estabilizantes, emulsionantes, disolventes, aglutinantes, aumentadores de volumen, edulcorantes, resaltadores sensoriales, sabores y colores, pueden tener añadido micronutrientes sintéticos para «fortificarlos».

Una forma práctica de identificar un UP es verificar si su lista de ingredientes contiene al menos un elemento característico del grupo de alimentos UP NOVA, es decir, sustancias alimenticias que nunca o rara vez se usan en las cocinas (como jarabe de maíz con alto contenido de fructosa, aceites hidrogenados o interesterificados y proteínas hidrolizadas), o clases de aditivos diseñados para hacer que el producto final resulte agradable al paladar o más atractivo (como sabores, potenciadores del sabor, colorantes, sales emulsionantes, edulcorantes, espesantes y agentes antiespumantes, de carga, carbonatados, espumantes, gelificantes y de glaseado).

Los alimentos o productos comestibles ultraprocesados tienen bajo valor nutricional con un alto contenido calórico, de grasas y de azúcares, son salados, bajos en fibras. El agregado de aditivos enmascara su naturaleza y de algunos de ellos se desconoce su seguridad.

Son muy sabrosos, con alta palatabilidad y muchos de ellos generan con frecuencia ingestas adictivas.

Tabla 1. Ejemplos de alimentos según la clasificación NOVA

1. Alimentos sin procesar o mínimamente procesados	2. Ingredientes culinarios procesados	3. Alimentos procesados	4. Ultraprocesados (UP)
<p>Verduras y frutas: frescas, refrigeradas, congeladas y envasadas al vacío</p> <p>Cereales: incluido todo tipo de arroz</p> <p>Leguminosas (porotos y otras leguminosas): frescas, congeladas o secas</p> <p>Raíces, tubérculos, hongos</p> <p>Frutas secas y semillas sin sal</p> <p>Jugos de fruta: recién preparados o pasteurizados no reconstituidos</p> <p>Carnes, aves, pescados y mariscos: frescos, secos, refrigerados o congelados</p> <p>Leche: en polvo, fresca, entera, parcial o totalmente descremada, pasteurizada, fermentada, yogur solo</p> <p>Huevos</p> <p>Harinas: pastas alimenticias crudas hechas de harina y agua</p> <p>Infusiones: té, café e infusiones de hierbas</p> <p>Agua corriente (de canilla): filtrada, de manantial o mineral</p>	<p>Grasas animales</p> <p>Aceites</p> <p>Sal</p> <p>Azúcar</p>	<p>Verduras y leguminosas: enlatadas o embotelladas, conservadas en salmuera o escabeche</p> <p>Frutas peladas o rebanadas conservadas en almíbar</p> <p>Pescados enteros o en trozos conservados en aceite</p> <p>Frutas secas o semillas saladas</p> <p>Carnes y pescados procesados, salados o curados y no reconstituidos como jamón, panceta y pescado seco</p> <p>Quesos hechos con leche, sal y fermentos</p> <p>Panes elaborados con harinas, agua, sal y fermentos</p>	<p>Cereales endulzados para el desayuno</p> <p>Barras de cereales</p> <p>Galletitas</p> <p>Bebidas: Gaseosas, jugos concentrados y en polvo</p> <p>Energizantes</p> <p>Néctares de fruta azucaradas a base de leche, incluido el yogur para beber de fruta</p> <p>Fórmulas infantiles leches para niños pequeños</p> <p>Hamburguesas</p> <p>Salchichas</p> <p>Nuggets o palitos de aves o pescado</p> <p>Medallones de pescado o de pollo</p> <p>Platos de carne, pescados, vegetales, pasta, quesos y pizza listos para consumir</p> <p>Papas fritas y demás snacks</p> <p>Mermeladas envasadas</p> <p>Sopas enlatadas o deshidratadas</p> <p>Sopas y fideos empaquetados "instantáneos"</p> <p>Margarinas</p> <p>Salsas y aderezos</p> <p>Mezclas para tortas</p> <p>Helados, chocolates, golosinas</p> <p>Productos para bebés</p> <p>Muchos tipos de panes envasados</p> <p>Postres</p> <p>Productos "listos para calentar", muchos otros tipos de productos de bebidas saborizadas, no alcohólicas</p>

Desde los diferentes comités de la SAP abogamos, desde hace muchos años, por la comida con elaboración casera especialmente para la primera infancia como la fuente principal de alimentos por ser la más saludable, bajo la hipótesis que en esta etapa de la vida la palabra médica tiene más peso para la orientación en las prácticas alimentarias; las guías alimentarias de los ministerios de salud también tienen recomendaciones semejantes. Sin embargo, las encuestas nacionales de nutrición y salud de la Argentina 2005 y 2019 muestran que en los menores de dos años el consumo de los alimentos UP aportan un porcentaje elevado de la energía diaria, en el primer quintil llega al 33% del total y en los prescolares al 41% si le sumamos los alimentos procesados es del 50% (2005).

- El 45% de los NNyA entre los 2 y los 17 años ingieren bebidas azucaradas por lo menos una vez al día (2019).
- El 36% de los escolares consume golosinas (caramelos, alfajores, chupetines, chicles, barras de cereal, etc.) dos veces por semana o más, así 6 de cada 10 niños de 2 a 12 años y 5 de cada 10 adolescentes de 13 a 17 años consumen golosinas dos veces por semana o más.
- En la escuela el 27% a veces o siempre se les provee bebidas con azúcar, con mayor frecuencia en los establecimientos de gestión privada (43,4%) que en los estatales (25,1%) (2019).
- El 80% de los estudiantes entre los de 6 y 17 años reportan que concurren a una escuela que posee un kiosco o buffet, el 40% del total compran allí algún alimento y/o bebida con azúcar.
- Tanto la niñez como la adolescencia son las dos etapas con respecto a la adultez en que más se consumen alimentos no recomendados, 46% versus 33% (2019).
- También en la dieta habitual de los estadounidenses, canadienses y británicos los UP representan alrededor del 50-60% del contenido energético.

¿Por qué sucede esto?

En 150 años pasamos de comer alimentos frescos y algunos pocos estacionados por métodos naturales a UP. El desarrollo del gusto humano es una construcción de la época, es una falacia extendida asumirlo como personal.

La comida la aceptamos a través de un aprendizaje social, no es natural, no es instintiva aprendemos a comer, siempre interviene "otro/a" que es quién nos trasmite la categoría de la cultura que le da sentido a qué llamamos comida y a qué no lo es o sea que es incomible.

Veamos algunos ejemplos del presente: en nuestro país coexisten la lampalagua, el mijo, las algas como categoría de alimentos para alguna cultura y para otras como incomible.

La comida con los UP y procesados a través del mercado globalizado es ahora **acultural**, la misma está vendible en cualquier parte del planeta por 150 *holdings* alimentarios con distintas marcas que deciden y operan sobre la dieta como parte del sistema alimentario mundial industrial.

El mercado alimentario nos crea necesidades a la medida de la oferta y es particularmente rentable la dirigida hacia la infancia y la adolescencia, bastaría como ejemplo para dimensionar su tamaño los datos de inversión en publicidad para la niñez de la empresa más grande de hamburguesas: sólo en su país EEUU durante el año 2004 fue de 528 millones de dólares, pero vendió por 24.400 millones de dólares.

Las publicidades dirigidas a la infancia priorizan los discursos emotivos y estéticos, antes que los racionales; o sea no hay una descripción del producto en sí, sino que sólo busca que se lo desee.

Desde finales de la década del 80, analiza la licenciada en comunicación Victoria Neu, comenzó a gestarse un proceso de construcción de un mercado planificado de productos dirigidos y apuntados directamente a la infancia, lo que a su vez dio como surgimiento un nuevo concepto dentro de la infancia: "El niño como sujeto consumidor". Los niños, niñas y preadolescentes (NNyA), manejan dinero y consumen productos y también organizan muchas de sus actividades cotidianas, elaboran significaciones acerca del mundo que los rodea, construyendo, de este modo, su identidad. Hoy en día, reconocen, seleccionan y exigen productos desde muy pequeños, inclusive antes de aprender a leer y escribir, y este hecho ya no llama la atención, se ha naturalizado.

Esto se da como consecuencia de que el mercado ha reestructurado el circuito de socialización construido históricamente, donde la escuela ya no se posiciona como eslabón inmediato de la infancia y la familia, sino que estas tres categorías sociales conviven con otros agentes socializadores: las agencias comerciales, los medios de comunicación social, Internet, etc. que son productoras, también, de sentido colectivo.

El mercado ingresa, de este modo, al patio de la escuela, al living del hogar y ocupa cada vez más terreno en las ciudades. Los canales de cable, los complejos de cine, los medios de comunicación, los supermercados, los kioscos, los shoppings o los restaurantes de comida rápida se vuelven espacios naturales para la vida diaria, pero pasan desapercibidos en su impacto sobre la formación de los niños y la constitución de subjetividad.

Todo esto posibilitó y facilitó que los niños se hayan transformado en actores dinamizadores e impulsores de la economía. Por eso, para el mercado son **clientes**. El mercado los analiza, los observa, los interpela, los provoca, los convence, etc., los constituye así en un nuevo actor y destinatario de mensajes y productos. Otorgando a la infancia de un nuevo modo de ser y estar en el mundo, ahora es un "Sujeto consumidor".

En Argentina el 20% del total de los productos publicitados corresponde a alimentos y bebidas, ocupan el segundo lugar en cuanto a cantidad de publicidades y tiempo de duración emitido, precedidos de juguetes.

La Fundación Interamericana del Corazón demostró que los NNyA están expuestos a 60 publicidades de alimentos por semana, 1 de cada 4 emitidas durante las tandas de los programas infantiles utilizan personajes animados y famosos y 1 de cada 3 recurren a las promociones (como entrega de regalos, premios, sorteos, beneficios tipo compra uno y llévate 1 gratis, etc.). El estudio reveló que más de la mitad de las publicidades relacionan al producto con un sabor más rico y/o una textura atractiva.

Del total de las publicidades de alimentos en televisión, el 88% son ultraprocesados.

La Argentina, de toda Latinoamérica, es donde se usa el celular a menor edad y a su vez éste es el más usado para navegar en las redes, 8 de cada 10 NNyA dicen estar muy o bastante expuestos a publicidades cuando navegan. Las imágenes de alimentos y bebidas no saludables se les presentan con diversas fuentes y contenidos publicitarios y de entretenimiento repetitivamente, las vinculan con eventos y figuras deportivas. Los "influencers" publicitan en sus espacios golosinas y dulces (40%), galletitas y postres (16%) o bien las consumen durante la transmisión, simultáneamente no hay alimentos saludables que tengan semejante exposición, quedan así los NNyA en una situación de vulnerabilidad. UNICEF publicó el informe de *Voices* del año 2020 que demuestra que el 50% de los NNyA reclaman la compra de un alimento porque lo vieron en una publicidad.

La industria utiliza, además de la publicidad, la promoción y el patrocinio para influir en el consumo de sus productos con especial énfasis en los ambientes infanto-juveniles como la escuela o eventos deportivos o lugares de entretenimiento

El 76% de la población en Argentina no lee los rotulados de los envases de los alimentos y el 87% no los entiende, sin la aplicación plena de la ley de etiquetado de alimentos, la mayoría de las personas consumen alimentos que no saben qué contienen, la información más accesible que poseen es la de la publicidad esto explicaría porque, desde edades tan precoces, nuestra infancia tiene un aporte alto de la energía en base a alimentos UP ofrecidos por sus familias o cuidadores. En esta etapa trascendente para el desarrollo del gusto, la cultura en buena parte la está modelando la industria alimentaria.

La publicidad crea demanda.

ESTADO NUTRICIONAL Y CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS

Diferentes estudios realizados por la OPS en 14 países de Latinoamérica muestran la asociación positiva, significativa y estrecha entre la venta anual per cápita de UP y el aumento del índice de masa corporal (IMC); cada aumento de 20 unidades en las ventas anuales promedio per cápita de UP se asocia con un aumento de 0,28 kg/m² en los puntajes de IMC estandarizados según la edad y después de los ajustes para el tamaño de la población, la población urbana y el Ingreso Nacional Bruto (INB) ($R^2 = 0,86$; $p < 0,0001$).

Disponible en pag 45.

https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/7698/9789275318645_esp.pdf

La misma tendencia sucede con el aumento de la prevalencia de obesidad en los adultos. La asociación es positiva, estrecha y significativa ($R^2 = 0,76$; $p < 0,001$) y las mayores ventas per cápita de UP, después de los ajustes respecto a los factores de confusión (INB, urbanización y desregulación), la asociación se mantuvo significativa ($R^2 = 0,84$; $p < 0,001$).

Disponible en pag 44.

https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/7698/9789275318645_esp.pdf

Asociación entre el consumo de ultraprocesados y algunos de sus componentes con patologías

Hay una evidencia creciente que sugiere que el alto consumo de alimentos UP está asociado con un aumento de las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) en el adulto, hipertensión arterial, diabetes, cáncer, obesidad, sobrepeso, depresión o asma; durante el embarazo se ha relacionado con el desarrollo posterior de sibilancias en el niño.

Hay pocos estudios sobre la asociación en la infancia entre el consumo de UP y asma, los que se han publicado en Europa muestran que un mayor consumo de UP multiplica por 2,12 el riesgo de la prevalencia de bronquitis/sibilancias de repetición.

Se estima que los factores dietarios son responsables de alrededor del 30% de los cánceres en los países industrializados y de 20% en los países en desarrollo. El estudio Nutrinet Santé, demostró que un aumento del 10% en la proporción de UP en la dieta, se asocia con un aumento significativo de más del 10% en los riesgos de cáncer general y de mama.

Sodio

El alto contenido de sodio que contienen las conservas se asocia al desarrollo de cáncer gástrico, esto puede explicarse por un cambio en la capa de la mucosa protectora, lo que lleva a una mayor exposición de componentes nitrosos con la misma; también este mecanismo podría estar relacionado con el cáncer esofágico, además de una respuesta inflamatoria que aumenta la proliferación celular y la probabilidad de mutación endógena.

La carne procesada y las conservas por su contenido de compuestos cancerígenos como ácido N-glicolilneuramínico y compuestos N nitrosos, respectivamente, podrían explicar el mayor riesgo de cáncer.

Grasas

Los cambios en la microbiota intestinal, una reducción de la cantidad y la diversidad bacteriana, observados en individuos obesos, están más asociados a la composición de la dieta con alto contenido de grasa que a su origen directo de la obesidad.

Se considera que las dietas caracterizadas por una ingesta elevada de grasa y baja contenido de fibra, pueden contribuir a una disbiosis en la microbiota intestinal, lo que conduce a la reducción de la integridad de la barrera intestinal; alteración que a su vez puede predisponer a la obesidad. El aumento de permeabilidad intestinal posibilita el paso a la circulación sanguínea de lipopolisacáridos y otros componentes del peptidoglicano de la pared celular bacteriana, que desencadenan la inflamación de bajo grado que se asocia a la obesidad. Se ha establecido una correlación negativa muy significativa entre el número de bifidobacterias y el nivel de endotoxemia por lipopolisacáridos.

Jarabe de maíz alto en fructosa

El consumo de fructosa ha aumentado en las últimas 4 décadas un 1.000%, especialmente a través de bebidas endulzadas y productos alimentarios con fructosa agregada como "jarabe de maíz" o "jarabe de maíz alto en fructosa". La fructosa no atraviesa la barrera hematoencefálica, no es capaz de inhibir la secreción de grelina, aunque se encuentre en altas concentraciones, por lo que no frena el estímulo del apetito. Su absorción vía la vena porta es llevada directamente al hígado donde se metaboliza y se transforma en glucosa, posteriormente es almacenada como glucógeno constituyéndose en una fuente de energía para los hepatocitos. Todo el exceso de fructosa se convierte en lípidos ejerciendo

un efecto tóxico sobre el hígado, similar al producido por el exceso de alcohol, también tiene un impacto a nivel intestinal y se asocia a mala absorción. Actualmente, existe controversia acerca de los efectos metabólicos con elevadas ingestas de fructosa dietaria a nivel hepático, porque simultáneamente ocurren sobrepeso u obesidad y resistencia a la insulina, sin embargo, estudios en modelos animales y humanos muestran que las ingestas elevadas de fructosa con dietas ad libitum e isoenergéticas, generarían daño hepático y malabsorción de fructosa.

Edulcorantes

Los edulcorantes no calóricos fueron utilizados inicialmente para las dietas de los pacientes diabéticos, pero hoy el consumo se ha extendido a la población general.

Su presencia en tantos UP torna difícil conocer la ingesta total; están en gaseosas, jugos, preparaciones a base de cereales, postres, helados, golosinas; por ejemplo, sólo 100 g de yogur light tiene 7 miligramos de Stevia, 4 miligramos de Acesulfamo K y 3 miligramos de sucralosa.

Confieren una sensación de dulzor con una potencia entre 30 y 13.000 veces mayor al azúcar.

Los estudios *in vivo* e *in vitro* han mostrado que muchos activan a los receptores del sabor dulce no sólo en las papilas gustativas, sino también en los receptores de los tejidos adiposo y pancreático, interfiriendo con su función normal. Su consumo se ha asociado a alteraciones de la composición de la microbiota intestinal que conducen a una respuesta inflamatoria de bajo grado.

No hay evidencia que su uso logre la reducción del peso corporal a largo plazo, sino por el contrario, algunos estudios sugieren que podría coincidir con su incremento, ergo es controversial la ventaja de conferir el sabor dulce con sustancias desprovistas de las calorías vacías de los azúcares. En estudios en ratones se encontró que con la alimentación edulcorada con acesulfame K o sacarina, ganaron peso en exceso respecto de los que recibieron la misma alimentación edulcorada con glucosa, persistiendo aún después de su suspensión.

Bebidas azucaradas

En Latinoamérica (Argentina, Brasil, El Salvador y Trinidad Tobago) se investigó bajo un modelo matemático la carga atribuible del consumo de las bebidas azucaradas en las prevalencias de sobrepeso, obesidad y ECNT.

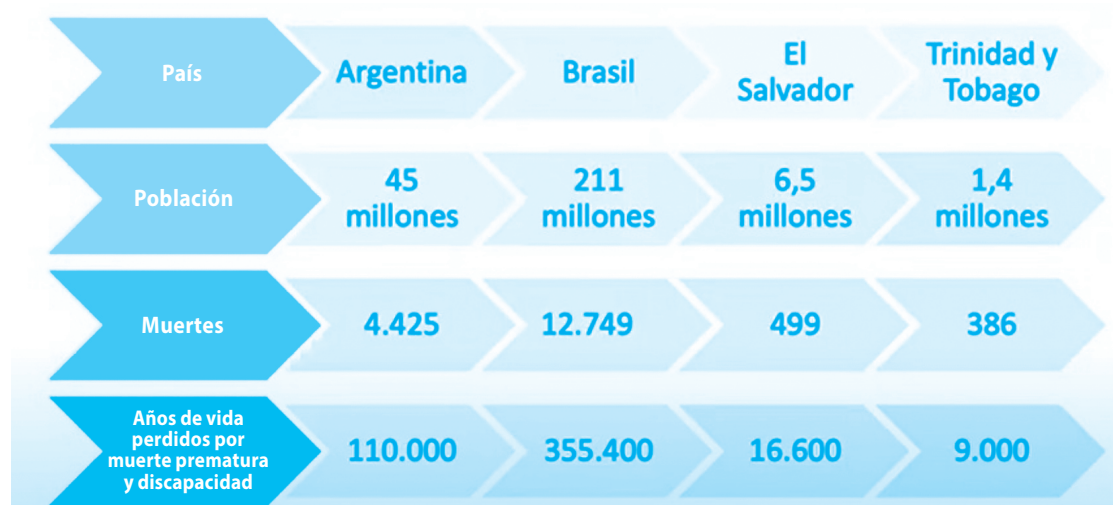
En Argentina su consumo origina anualmente 774.000 NNyA y 514.000 adultos con obesidad y sobrepeso y explica el 27% del total de casos de obesidad en la infancia; se enferman 802.000, por diabetes tipo 2; 639.000, por patología cardiovascular; 54.000, por osteomuscular; 34.000, por cerebrovascular; 29.000, renal; 21.000, asma; 16.000, cáncer y otras 9.000. **Tabla 2 y Figura 1.**

Tabla 2. Consumo de bebidas azucaradas en la infancia de Argentina, Brasil, El Salvador y Trinidad Tobago y su incidencia en el porcentaje del sobrepeso y obesidad

INFANCIA (0 a 17)	Argentina	Brasil	El Salvador	Trinidad y Tobago
Consumo diario niñas (240 ml)	1,35	0,98	1,25	1,08
Consumo diario niños (240 ml)	1,64	1,06	1,1	1,1
Prevalencia exceso peso	33%	12%	12%	33%
% Casos sobrepeso atribuibles SSBs	10%	12%	7%	15%
% Casos obesidad atribuibles SSBs	27%	9%	9%	15%

Fuente: Alcaraz A, Bardach A, Espinola N, Perelli L, Balan D, Cairoli F, Palacios A, Comolli M, Augustovski F, Pichon-Riviere A. *El lado amargo de las bebidas azucaradas en Argentina. 2020. Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: www.iecs.org.ar/azucar*

Figura 1. Muertes atribuibles al consumo de bebidas azucaradas (2020)



Fuente: Instituto de Efectividad Clínica y Sanitaria. Alcaraz A, Bardach A, Espinola N, Perelli L, Balan D, Cairoli F, Palacios A, Comolli M, Augustovski F, Pichon-Riviere A. *El lado amargo de las bebidas azucaradas en Argentina. 2020, Buenos Aires, Argentina. Disponible en: www.iecs.org.ar/azucar*

LEY DE ETIQUETADO FRONTAL DE ALIMENTOS

Antecedentes cronológicos

2004. El documento de la Organización Mundial de la Salud (OMS) *Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud* en su artículo 61 establece que el sector privado debe adoptar un etiquetado de los alimentos que sea sencillo, claro y coherente, basado en pruebas científicas que ayuden a los consumidores a adoptar decisiones fundamentadas y saludables con respecto al contenido nutritivo de los alimentos. Da recomendaciones específicas para las empresas del sector alimentario como limitar los contenidos de grasas saturadas y ácidos grasos trans, de azúcares libres y de sal en los productos existentes y examinar la posibilidad de lanzar nuevos productos que sean más nutritivos.

2008. La OMS aprueba el Plan de Acción para aplicar la estrategia mundial para la prevención y el control de las enfermedades crónicas no transmisibles propone a los Estados Miembro "elaborar y poner en práctica, según proceda, junto con las partes interesadas pertinentes, un marco y/o mecanismos para promover la comercialización responsable de alimentos y bebidas no alcohólicas para NNyA, a fin de reducir las consecuencias de los alimentos ricos en grasas saturadas, ácidos grasos trans, azúcares libres o sal".

2010. La OMS aprueba el documento *Conjunto de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los NNyA*. Define a los Sistemas de Perfiles Nutricionales como "la ciencia de clasificar o categorizar los alimentos de acuerdo con su composición nutricional por razones relacionadas con la prevención de enfermedades o promoción de la salud".

2011. Se elabora el documento *Recomendaciones de la Consulta de Expertos de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a NNyA en la Región de las Américas*.

2012. La OMS elabora un *Marco para implementar el conjunto de recomendaciones sobre la promoción y comercialización de alimentos y bebidas no alcohólicas para NNvA*.

2015. La OPS desarrolla el modelo de perfil de nutrientes críticos para los productos procesados y UP, en concordancia con las metas de la OMS para la ingesta de nutrientes de la población. La clasificación de los límites se considera a:

- Una cantidad excesiva de sodio, si la razón entre la cantidad de sodio (mg) en cualquier cantidad dada del producto y la energía (kcal) es igual o mayor a 1:1.
- Una cantidad excesiva de azúcares libres, si en cualquier cantidad dada del producto la cantidad de energía (kcal) proveniente de los azúcares libres (gramos de azúcares libres x 4 kcal) es igual o mayor a 10% del total de energía (kcal).
- La presencia de otros edulcorantes, si la lista de ingredientes incluye edulcorantes artificiales o naturales no calóricos o edulcorantes calóricos (polialcoholes).
- Una cantidad excesiva de grasas totales, si en cualquier cantidad dada del producto la cantidad de energía (kcal) proveniente del total de grasas (gramos de grasas totales x 9 kcal) es igual o mayor a 30% del total de energía (kcal).
- Una cantidad excesiva de grasas saturadas, si en cualquier cantidad dada del producto la cantidad de energía (kcal) proveniente de grasas saturadas (gramos de grasas saturadas x 9 kcal) es igual o mayor a 10% del total de energía (kcal).
- Una cantidad excesiva de grasas trans, si en cualquier cantidad dada del producto la cantidad de energía (kcal) proveniente de grasas trans (gramos de grasas trans x 9 kcal) es igual o mayor a 1% del total de energía (kcal). Tabla 3.

Tabla 3. Criterios del modelo de perfil de nutrientes de la OPS para indicar los productos procesados y ultraprocesados que contienen una cantidad excesiva de sodio, azúcares libres, otros edulcorantes, grasas saturadas, total de grasas y grasas trans

Sodio	Azúcares libres	Otros edulcorantes	Total de grasas	Grasas saturadas	Grasas trans
1 mg de sodio por 1 kcal	≥10% del total de energía proveniente de los azúcares libres	Cualquier cantidad de otros edulcorantes	≥30% del total de energía	≥10% del total de energía	≥1% del total de energía

Fuente: OPS. Modelo de perfil de nutrientes. 2016.
https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/18622/9789275318737_spa.pdf

2016. La OPS presenta un sistema para identificar a los alimentos y bebidas que contienen un elevado contenido de nutrientes a limitar: azúcares libres, sodio, grasas totales, saturadas y trans para la prevención de ECNT, incluye como “crítico” el uso de “otros edulcorantes”.

2016 y 2017. La Comisión para poner fin a la Obesidad Infantil de la OMS y su Plan de Implementación recomiendan: implementar el *Conjunto de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a NNyA*.

2018. UNICEF publica el documento *A Child Rights-Based Approach to Food Marketing: A Guide for Policy Makers* y FAO, OPS, OMS recomiendan regular la publicidad de alimentos como una de las políticas para promover el consumo de alimentos saludables en el *Reporte sobre Políticas y programas alimentarios para prevenir el sobrepeso y la obesidad*.

2021. UNICEF produce la investigación en Argentina y publica el documento *Exposición de niños, niñas y adolescentes al marketing digital de alimentos y bebidas en Argentina*.
<https://www.unicef.org/argentina/informes/exposicion-ninos-ninas-adolescentes-marketing-digital-alimentos-bebidas>

La implementación en muchos países de los códigos voluntarios de la industria alimentaria para la comercialización responsable, han demostrado ser ineficaces para reducir la exposición de NNyA a la publicidad de sus productos.

Modelos de etiquetados

Existen diferentes modelos de etiquetados que se están aplicando en respuesta a los reclamos de cambios ejercidos por las organizaciones de salud para facilitar la comprensión del contenido de nutrientes y orientar a la selección de los más saludables, son enfocados a los nutrientes o como sistema de resumen.

Algunos modelos han sido desarrollados por los gobiernos junto a la academia, organizaciones civiles y organizaciones internacionales de salud, otros por la industria, en algunos países la aplicación es voluntaria y en otros obligatoria.

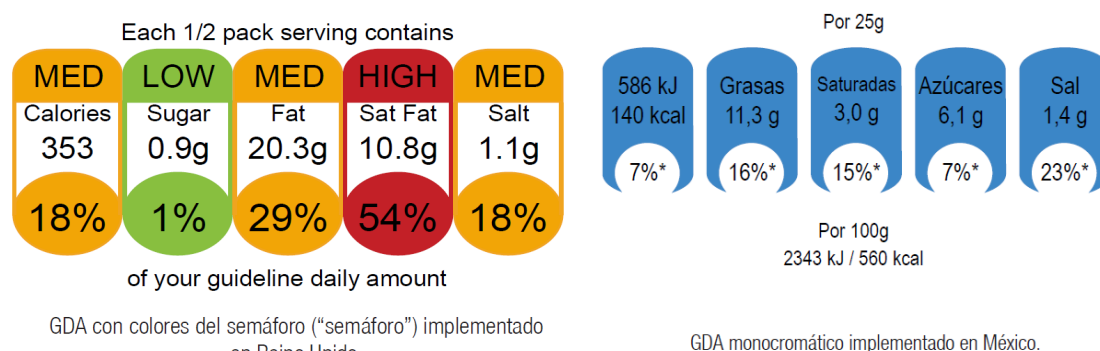
1) Sistemas de etiquetado enfocados en nutrientes

Son aquellos en los que se brinda información sobre ciertos nutrientes críticos para la salud, cuya ingesta en exceso aumenta el riesgo de ECNT. En general, de acuerdo con el país, informan sobre kilocalorías, grasas, grasas saturadas, grasas trans, sal/sodio y azúcares.

a) Guías Diarias de Alimentación (GDA)

Informa porcentajes recomendados de consumo diario de energía o nutrientes en una porción o en un producto.

Figura 2. Guías Diarias de Alimentación



Fuente: El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/53013>

El GDA no provee una evaluación de la calidad nutricional del producto, fue desarrollado por la industria de alimentos. Con el GDA monocromático las personas no son capaces de interpretar los porcentajes, y no entienden a qué hacen referencia (¿el total de la caja?, ¿una porción?, ¿el total de lo que se debe comer en el día?). Usado voluntariamente en EEUU, Costa Rica, Malasia, Tailandia y Unión Europea, en México y en Perú lo cambiaron al modelo de advertencia luego de los resultados negativos.

Los GDA coloreadas, debido a su estructura, tampoco transmiten la imagen de semáforo (por los tres mensajes simultáneos en línea horizontal) los consumidores presentan similares dificultades, fue evaluado como aportante de pseudo-información. Usado en Reino Unido.

b) Semáforo simplificado

Indica a través de colores rojo, amarillo y verde el alto, medio o bajo contenido del nutriente crítico respectivamente. Es más simple, puesto que no informa ni valores absolutos de los nutrientes, ni los porcentajes de los valores diarios recomendados.

Figura 3. Semáforo



Fuente: El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/53013>

Ha sido adoptado por ley en Ecuador (2014) y Bolivia (2017).

El semáforo no ha demostrado cambiar el patrón de compra ni el comportamiento de consumo la coexistencia de rojos y verdes, en un mismo producto proporcionan

información que se neutraliza o compensan entre sí, por lo que resulta confuso para los consumidores.

La presencia de “verdes” aumentó la percepción del producto como más saludable aún en presencia de “rojos” y las ventas de gaseosas regulares –que contienen una etiqueta color verde para “bajo en sodio”– crecieron un 5,9%. Por su parte, las ventas de gaseosas light, – que contienen una o dos etiquetas verdes, para “bajo en sodio” y para “bajo en azúcares”–, crecieron un 47,6%.

c) Sistema de advertencias

Consiste en la presencia de una o más imágenes gráficas tipo advertencia que indica que el producto presenta niveles de nutrientes críticos superiores a los recomendados.

Figura 4. Sistema de advertencias



Fuente: El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/53013>

El mensaje de advertencia en negro llama la atención del consumidor por ser directo, lo que facilita su comprensión.

Su valor consiste en distinguir claramente el mensaje de advertencia de los otros mensajes publicitarios del envase. Los sellos octogonales con el mensaje en fondo negro con letras blancas y doble borde en blanco son la mejor opción, según la evidencia de los estudios de campo nacionales e internacionales entre todos los modelos de etiquetado para resaltar una advertencia nutricional a los consumidores con el menor tiempo y esfuerzo.

Se adoptó en el año 2016 en Chile, en 2013 en Perú (pero se reglamentó en el 2017 luego de una fuerte oposición por parte de la industria), en México 2019, en Argentina 2021. Fue debatido entre los organismos internacionales (OPS, OMS, FAO, UNICEF) la academia, las organizaciones civiles, la industria, los publicistas y los gobiernos respectivos, tiene carácter obligatorio a través de la promulgación de una ley, excepto en Uruguay 2018 que se hizo por decreto, con lo cual le confiere mayor inestabilidad y quedó sujeto a cambios transitorios.

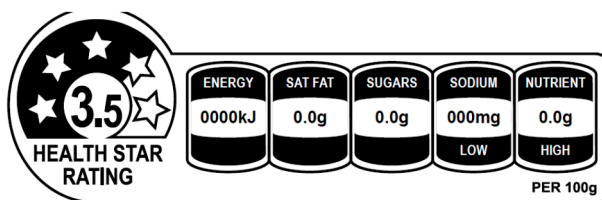
2) Sistemas de etiquetado de resumen

Muestran una evaluación global del producto en relación con el contenido nutricional y sintetizan con un solo símbolo, icono o puntuación la calidad nutricional general de un producto.

a) Ranking de salud a través de estrellas (HSR)

Este sistema ha sido adoptado de manera voluntaria por Australia y Nueva Zelanda. El sistema postula que cuantas más estrellas, más saludable es el alimento.

Figura 5. Ranking de salud a través de estrellas

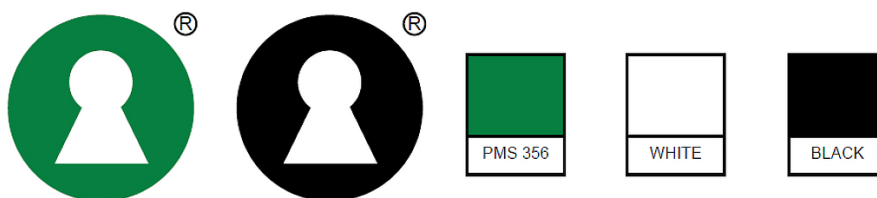


Fuente: <http://www.healthstarrating.gov.au/internet/healthstarrating/publishing.nsf/Content/About-health-stars>

b) El sistema de cerradura

Desarrollado en Suecia tiene los colores verdes que simboliza la opción más saludable con menos grasa, azúcares y sal por cada 100 g de producto dentro de las 25 categorías en que clasifican a los alimentos y negro al resto de los alimentos. Se aplica voluntariamente además en Islandia, Dinamarca y Noruega desde 2009.

Figura 6. Sistema de cerradura



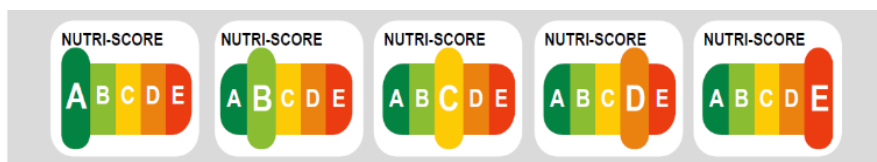
Sistema de resumen implementado en países nórdicos.

Fuente: *El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas.*
<https://iris.paho.org/handle/10665.2/53013>

c) El 5 Nutri-score

Clasifica con una puntuación en base a 100 g de producto, el contenido de nutrientes y alimentos cuyo consumo se quiere promover (fibra, proteínas, frutas y verduras) y de los nutrientes cuyo consumo se quiere limitar (la energía, los ácidos grasos saturados, azúcares y sal).

Figura 7. 5 Nutri-score



Nutri-score (5C)

Nutri-Score implementado en Francia

Fuente: *El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas.*
<https://iris.paho.org/handle/10665.2/53013>

El producto más favorable nutricionalmente obtiene una puntuación A verde y el producto nutricionalmente menos favorable obtiene una puntuación E roja.

d) El Choices programme

Consiste en un logotipo positivo en el frente de los envases. El programa consiste en un modelo de perfil de nutrientes con criterios de grupos específicos.

Figura 8. Choices programme



Sistema de resumen implementado en países nórdicos

*Fuente: El etiquetado frontal como instrumento de política para prevenir enfermedades no transmisibles en la Región de las Américas.
<https://iris.paho.org/handle/10665.2/53013>*

Adoptaron voluntariamente este sistema, Bélgica, República Checa, Holanda y Polonia.

Resultados de la aplicación del etiquetado de advertencia con sellos

Los sistemas de advertencia son los más eficaces para informar a la ciudadanía, son más claros y permiten la selección de alimentos más saludables en menor tiempo, influyendo en los patrones de compra.

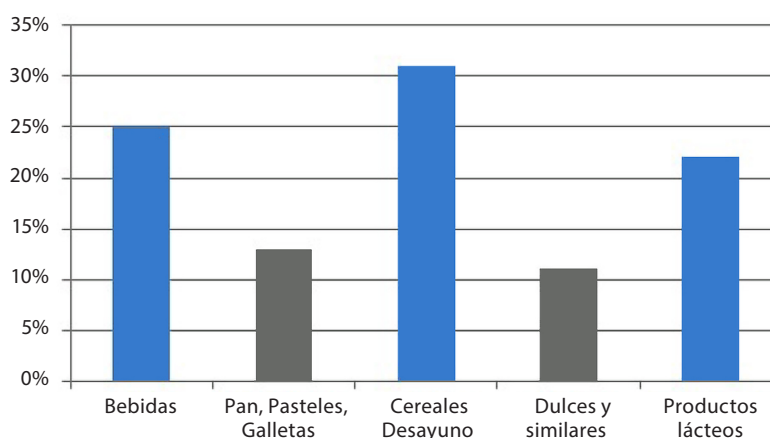
Su fácil comprensión alcanza a los adultos, NNyA, así como a la población más vulnerada socioeconómicamente y con menor nivel de escolarización.

Los resultados de la ley del etiquetado frontal de advertencia, en Chile el primer país en disponerla, muestran que a los seis meses de aplicarla fue útil para guiar el comportamiento de compra, el 44% de los encuestados comparan los sellos de advertencia al momento de la compra de alimentos y de éstos un 92%, reveló que los sellos influyeron en su preferencia; actualmente tiene una evaluación positiva del 68% de la población.

Los elementos que la población observa en los envases modificó la estrategia del marketing.

Esta política impulsó la reformulación de alimentos por parte del sector privado, la concentración promedio del azúcar disminuyó un 12% en los productos, un 3% de las calorías totales y un 5% del contenido en sodio. **Figuras 9 y 10.**

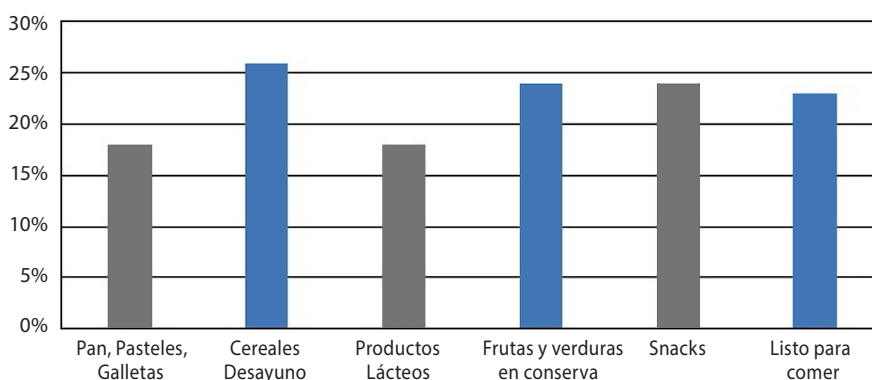
Figura 9. Porcentaje de productos que han disminuido el contenido de azúcar



* resultados preliminares

Fuente: Gentileza del Dr. G. Girardi. Evento: Ley de Promoción de la alimentación saludable. FIC. Marzo 2022.

Figura 10. Porcentaje de productos que han disminuido el contenido de sodio en los alimentos.



* resultados preliminares

Fuente: Gentileza del Dr. G. Girardi. Evento: Ley de Promoción de la alimentación saludable. FIC. Marzo 2022.

La industria cambio su estrategia de marketing, promueve para la venta la presencia de los sellos en los alimentos.

Principales aspectos de la ley 27.642

LEY de Promoción de la alimentación saludable conocida por uno de sus artículos Etiquetado frontal de alimentos tiene como **objetivos**:

- Garantizar el derecho a la salud y a una alimentación adecuada a través de la promoción de una alimentación saludable, brindando información nutricional simple y comprensible de los alimentos envasados y bebidas analcohólicas, para promover la toma de decisiones asertivas y activas, y resguardar los derechos de los consumidores.

- Advertir a consumidores sobre los excesos de componentes como azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales y calorías, a partir de información clara, oportuna y veraz en atención a los artículos 4° y 5° de la ley 24.240, de Defensa al Consumidor.
- Promover la prevención de la malnutrición en la población y la reducción de ECNT.

Para cumplir con estos objetivos dispone la **obligatoriedad** en todo el territorio argentino que los alimentos envasados y bebidas analcohólicas deban presentar en la cara principal de su envase el rotulado de advertencia con los sellos octogonales negros cuando los nutrientes críticos azúcares, grasas saturadas, grasas totales y sodio excedan el perfil de nutrientes establecidos por la OPS y también muestren carteles de recomendación para evitar el consumo de cafeína y ante la presencia de edulcorantes para NNyA (art. 4).

Los alimentos mínimamente procesados **no requieren** este rotulado tampoco los frutos secos, ni los ingredientes culinarios como azúcar común, aceites vegetales, sal común de mesa (art. 7) que pertenecen al grupo 2 de la clasificación de NOVA.

Debe aparecer en el envase el contenido cuantitativo de azúcares, disacáridos y monosacáridos de los alimentos (art. 8).

Todas las personas físicas o jurídicas que intervienen en la cadena de comercialización (art. 3) fabricantes, productores, elaboradores, fraccionadores, empaquetadores y distribuidores están obligadas al cumplimiento de la ley so pena de las sanciones establecidas en los artículos 15 y 16 referidas a lealtad comercial y defensa del consumidor

La ley tiene una particular y vital importancia para la práctica pediátrica que modificará el curso de la atención de pacientes como los de los casos de Camila y Thiago y de los resultados de las encuestas nacionales de nutrición y salud, porque los alimentos y bebidas analcohólicas envasados alcanzados **al menos con un sello de advertencia o leyendas precautorias NO PODRÁN:**

- Tener publicidad ni promoción o sea ninguna forma de comunicación, recomendación o acción comercial (por ejemplo, descuentos) con el fin, efecto o posible efecto de darlo a conocer o promover directa o indirectamente que estén dirigidas especialmente a NNyA (art. 10), tampoco patrocinio o sea participación o promesa de participación en concursos, juegos, eventos deportivos, musicales, teatrales o culturales.
- Incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, la entrega o promesa de entrega de obsequios, premios, regalos, accesorios, adhesivos, juegos visual-espaciales, descargas digitales.
- Resaltar declaraciones nutricionales complementarias que destacan cualidades positivas y/o nutritivas de los productos en cuestión, a fin de no promover la confusión respecto de los aportes nutricionales, información complementaria (por ejemplo, ricos en fibras, aporte alto de calcio, light, de vitamina D, de proteínas, etc.).
- Incluir en los envases logos o frases con el patrocinio o avales de sociedades científicas o asociaciones civiles.
- Ser objeto de donaciones.
- Ser ofrecidos, comercializados, publicitados, promocionados o patrocinados en los establecimientos educativos del sistema nacional (art. 12).
- Las escuelas en todos sus niveles inicial, primaria y secundaria deberán promover la inclusión de actividades didácticas y políticas que establezcan los contenidos mínimos de educación alimentaria con el objeto de contribuir al desarrollo de los hábitos de alimentación saludable y también advertir sobre los efectos nocivos de la alimentación inadecuada (art. 11).

Si bien esta práctica (art. 11) en muchas jurisdicciones se está realizando, no ha cumplido con su objetivo porque es necesaria, pero no suficiente ya que se contradice con la venta o la entrega de alimentos UP en los mismos establecimientos.

CONSIDERACIONES FINALES

Las familias y la población en general tenemos una herramienta de control a nuestro alcance.

Esta herramienta es gratuita y está disponible en: <https://sellos.anmat.gob.ar/Calculadora>

Ingresando los datos del alimento industrial nos permite saber si los nutrientes críticos están en los rangos del perfil de nutrientes de la OPS. La reglamentación de la ley estipula la aplicación gradual, en un comienzo la tolerancia de los nutrientes puede ser superior al límite del perfil de OPS, aunque siempre inferior al momento de la existencia de la ley.

Ejemplo de su uso:

Completar con los datos del envase del producto la primera pantalla que aparece:

Alimento:	<input type="text" value="Alimento"/>	Descripción:	<input type="text" value="Descripción"/>
Porción:	<input type="text" value="Porción"/>	<input type="text" value="g"/>	
Detalle	Porción	100	Unidad
Calorías:	<input type="text" value="Calorías"/>		Kcal
Azúcares Totales:	<input type="text" value="Azúcares Totale"/>		g
Azúcares Añadidos:	<input type="text" value="Azúcares añadi"/>		g
Grasas Totales:	<input type="text" value="Grasas Totales"/>		g
Grasas Saturadas:	<input type="text" value="Grasas Saturad"/>		g
Sodio:	<input type="text" value="Sodio"/>		mg
Edulcorante:	<input type="text" value="NO"/>		
Cafeína:	<input type="text" value="NO"/>		
		<input type="button" value="Cancelar"/>	<input type="button" value="Ver Resultados"/>

Fuente: ANMAT. Ministerio de Salud Argentina. Sistema de sellos y advertencias nutricionales. 2022.
<https://sellos.anmat.gob.ar/Calculadora>

Clickear Ver Resultados.

Los resultados aparecen en la siguiente pantalla. Por ejemplo, si ingresáramos los datos del rotulado del envase de una galletita dulce simple, obtendríamos los siguientes resultados:

Análisis Perfil de Nutrientes					
Nutrientes Críticos	Cálculo	Primera Etapa		Segunda Etapa	
		Primera etapa del cronograma establecido por el artículo 19° de la reglamentación		Segunda etapa del cronograma establecido por el artículo 19° de la reglamentación	
% Energía Azúcares Añadidos	17,6	<20	N/A	>=10	EXCESO
% Energía Grasas Totales	33,0	<35	N/A	>=30	EXCESO
% Energía Grasas Saturadas	15,6	>=12	EXCESO	>=10	EXCESO
Sodio mg/kcal	0,7	<5	N/A	<1	EXCESO
Sodio mg/100g	309	<600		>=300	
Calorías	454,5	>=300	EXCESO	>=275	EXCESO
Edulcorante	-	-	N/A	-	N/A
Cafeína	-	-	N/A	-	N/A

N/A: No aplica

Fuente: ANMAT. Ministerio de Salud Argentina. Sistema de sellos y advertencias nutricionales. 2022. <https://sellos.anmat.gob.ar/Calculadora>

La calculadora nos muestra el resultado comparativo actual (Primera etapa) y cuando la ley esté en plena vigencia (Segunda etapa).

Como pediatras podremos aspirar a que nuestro rol activo al promover la alimentación saludable sea efectiva y así los conceptos de la SAP y los ministerios de salud prevalezcan. Los alimentos y bebidas UP seguirán a la venta, pero la presencia de los sellos de advertencia con los excesos de los nutrientes críticos en los envases nos facilitará comunicar a la sociedad, a los pacientes y sus familias, que no son saludables.

Además, orientar a las familias en su derecho a la información y para exigir la plena vigencia de la ley de promoción de la alimentación saludable (en los entornos escolares, en las redes, en los puntos de comercialización, en los eventos infantiles, en los que participan cotidianamente).

Los UP no estarán asociados a la felicidad, a premios, a personajes con liderazgos, ni estarán en los entornos escolares; la competencia no será desigual, ni desleal entre un mensaje en una consulta pediátrica y el bombardeo de 60 publicidades semanales televisivas, sumadas a las existentes en las redes y en el resto de los medios gráficos, radiales, televisivos, en la vía pública, entre otras.

Con la aplicación de la ley la palabra del pediatra se refuerza, el marketing de alimentos y bebidas UP no la obstaculizará.

LECTURAS RECOMENDADAS

- Aguirre P. Devorando el planeta. 2020. Ed. Capital intelectual.
- Aguirre P. Una historia social de la comida. 2017. Ed. Lugar Editorial.
- Castronuovo, L. y col. Las madres y la publicidad de alimentos dirigida a niños y niñas: percepciones y experiencias. *Salud colect.* [online]. 2016; 12, (4): 537-550.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-82652016000400537&lng=es&nrm=i
so>. ISSN 1669-2381. <http://dx.doi.org/10.18294/sc.2016.928>
- Ley 27642 <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/252728/20211112>
- Unicef. Exposición de niños, niñas y adolescentes al marketing digital de alimentos y bebidas en la Argentina. 2021 <https://www.unicef.org/argentina/media/10871/file>

Clave de autoevaluación

Identifique Verdadero o Falso en los siguientes enunciados

	V	F
1. Un alimento es un UP si su lista de ingredientes contiene al menos un elemento o sustancia alimenticia que nunca o rara vez se usa en las cocinas (como jarabe de maíz con alto contenido de fructosa, aceites hidrogenados, proteínas hidrolizadas), o aditivos diseñados para hacer que el producto final resulte agradable o atractivo.	X	
2. Las barras de cereales o los cereales endulzados para el desayuno se encuentran dentro de los alimentos ultraprocesados.	X	
3. El 36% de los escolares consume golosinas (caramelos, alfajores, chupetines, chicles, barras de cereal, etc.) dos veces por semana o más.	X	
4. El consumo de fructosa ha aumentado en las últimas 4 décadas un 100%,	X	El consumo de fructosa ha aumentado en las últimas 4 décadas un 1.000%, especialmente a través de bebidas endulzadas y productos alimentarios con fructosa agregada como jarabe de maíz o jarabe de maíz alto en fructosa.
5. En muchos países se han implementados con muy buenos resultados los códigos voluntarios de la industria alimentaria para la comercialización responsable.	X	Esta medida ha demostrado ser ineficaz para reducir la exposición de NNyA a la publicidad de sus productos.
6. La política de etiquetado en los envases puede impulsar la reformulación de la composición de alimentos y la estrategia del marketing.	X	
7. Entre los objetivos de la Ley de Promoción de una alimentación saludable se encuentra advertir a los consumidores sobre los excesos de componentes como azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales y calorías, a partir del etiquetado frontal.	X	
8. Hay evidencia acerca de la eficacia de cualquiera de los sistemas de etiquetado si son aplicados correctamente.	X	Los sistemas de advertencia son los más eficaces para informar a la ciudadanía.
9. Los alimentos mínimamente procesados no requieren rotulado tampoco los frutos secos, ni los ingredientes culinarios como azúcar común, aceites vegetales, sal común de mesa.	X	
10. La reglamentación de la ley estipula la aplicación gradual, en un comienzo la tolerancia de los nutrientes puede ser superior al límite del perfil de OPS, aunque siempre inferior al momento de la existencia de la ley.	X	

Clave de autoevaluación

Responda las siguientes consignas

1. Defina los siguientes términos

Alimentos procesados: se elaboran al agregar grasas, aceites, azúcares, sal y otros ingredientes culinarios a los alimentos mínimamente procesados.

Ultraprocesados (UP): son formulaciones industriales elaboradas a partir de sustancias derivadas de los alimentos o sintetizadas de otras fuentes orgánicas. La mayoría de estos productos contienen pocos alimentos enteros o ninguno, están elaborados principalmente con ingredientes industriales, listos para consumirse o para calentar y, por lo tanto, requieren poca o ninguna preparación culinaria. Los UP tienen conservantes, estabilizantes, emulsionantes, disolventes, aglutinantes, aumentadores de volumen, edulcorantes, resaltadores sensoriales, sabores y colores, pueden tener añadido micronutrientes sintéticos para “fortificarlos”.

2. Enumere por lo menos cinco ejemplos de alimentos procesados y cinco de ultraprocesados

Alimentos procesados: Frutas peladas o rebanadas conservadas en almíbar. Pescados enteros o en trozos conservados en aceite. Frutas secas o semillas saladas. Panes elaborados con harinas, agua, sal y fermentos.

Alimentos ultraprocesados: Gaseosas y bebidas azucaradas. Fórmulas infantiles. Leches para niños pequeños. Hamburguesas. Salchichas. Postres y gelatinas.

3. Mencione por lo menos tres lugares dónde no podrán ingresar alimentos con sellos de advertencia

En los entornos escolares, en las redes, en los puntos de comercialización, en los eventos infantiles, en los que participan cotidianamente niños y niñas.

4. Explique qué aspectos relacionados con los alimentos ultraprocesados y bebidas quedan prohibidas a partir de la ley

Los alimentos y bebidas alcohólicas envasados alcanzados al menos con un sello de advertencia o leyendas precautorias NO PODRÁN:

Tener publicidad ni promoción, tampoco patrocinio o sea participación o promesa de participación en concursos, juegos, eventos deportivos, musicales, teatrales o culturales. Incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, la entrega o promesa de entrega de obsequios, premios, regalos, accesorios, adhesivos, juegos visual-espaciales, descargas digitales. Resaltar declaraciones nutricionales complementarias que destacan cualidades positivas y/o nutritivas de los productos en cuestión. Incluir en los envases logos o frases con el patrocinio o avales de sociedades científicas o asociaciones civiles. Ser objeto de donaciones. Ser ofrecidos, comercializados, publicitados, promocionados o patrocinados en los establecimientos educativos.

Además, las escuelas en todos sus niveles deberán promover la inclusión de actividades didácticas y políticas que establezcan los contenidos mínimos de educación alimentaria con el objeto de contribuir al desarrollo de los hábitos de alimentación saludable y también advertir sobre los efectos nocivos de la alimentación inadecuada.

Autoevaluación

Analice y resuelva las siguientes situaciones clínicas

Camila podrá tener incentivos con otros valores al ingreso a la escolaridad; con la aplicación de la Ley, la escuela no será un eslabón más de la sociedad obesogénica, conducida por el mercado del sistema industrial alimentario. La adaptación y el refrigerio podrán ser congruentes con el aprendizaje que posee de su familia, de su cultura. A ella, que no era parte de los lactantes que consumen el 33% de la energía en base a UP, le respetarán las pautas dadas desde el inicio de la alimentación complementaria acorde con las guías alimentarias de la SAP y de los ministerios de salud.

Thiago no será un sujeto consumidor desprevenido, al igual que su mamá; a partir de la aplicación de la Ley, reconocerán la presencia del sello con exceso de sodio y la presencia de edulcorantes en el yogur descremado con cereales, podrán saber el contenido y en consecuencia ser libres en la decisión. Madre e hijo no tendrán la disyuntiva entre la autorización de la compra de UP con premios o figuras infantiles en los recreos o quedarse afuera de las prácticas de sus pares. Asimismo, la industria podrá modificar la composición de los alimentos hacia límites más saludables, como ya está sucediendo en Chile y México al aplicarse la ley.