

Material Imprimible

Curso Alimentación para escolares

Módulo Alimentación familiar y escolar

Contenidos:

- Rol de la familia en la nutrición del niño
- Rol de la escuela en la nutrición del niño
- Ley 27.642
- Marketing y publicidad de productos alimenticios

Rol de la familia en el acompañamiento de los niños

Los padres deben atender la alimentación de sus hijos, brindarles una vida sana, proveerles actividades físicas, iniciarlos en la práctica del deporte, y sobre todo, ofrecerles amor y cariño.

Asimismo, los progenitores influyen el contexto alimentario infantil usando modelos autoritarios o permisivos para la elección de la alimentación de los niños, en aspectos como el tipo, cantidad y horarios de alimentación, así como edad de introducción de los mismos.

La adopción de hábitos alimentarios saludables en la infancia resulta fundamental para promover el crecimiento y desarrollo adecuado, como así también es importante realizar actividad física para prevenir enfermedades no transmisibles, como obesidad, diabetes, hipertensión arterial y dislipidemias en la vida adulta.

Las evidencias sugieren que comportamientos en las elecciones alimentarias establecidos durante este periodo se consolidan a lo largo de la vida y se adquieren a través de la experiencia directa con la comida, con el entorno familiar y social, por la imitación de modelos, la disponibilidad de alimentos, el estatus social, los afectos y las tradiciones culturales.

Desde esta perspectiva, las dimensiones del entorno inmediato del niño subyacen en el análisis de esta problemática. Algunos estudios señalan que la familia, como primer sistema social, representa un espacio de seguridad para el niño y es el eje central de una sociedad. Su dinámica influye en la salud, la nutrición y la enfermedad de cada uno de sus miembros.

Asimismo, los aspectos socio-culturales del entorno familiar se relacionan con las actitudes de los padres al momento de comer con los niños en un intento de controlar, restringir, facilitar o favorecer ciertos hábitos alimenticios, así como la frecuencia de la realización de las comidas en familia, además de la función relacionada con el tipo de familia, es decir, si el niño reside con ambos o uno de los padres.

Durante los primeros años de vida, la madre es la principal responsable de la transmisión al hijo de las pautas alimentarias saludables que podrían prevenir enfermedades relacionadas con la alimentación.

¿Por qué decimos esto? Porque los hábitos alimentarios establecidos tempranamente en la vida suelen persistir a través de los años, por lo que se considera que los primeros años de vida es la etapa ideal para promover y establecer hábitos saludables de alimentación y prevenir enfermedades de origen alimentario.

Existen múltiples concepciones sobre **hábitos alimentarios**; sin embargo, la mayoría converge en que se tratan de manifestaciones recurrentes de comportamientos individuales y colectivos respecto al qué se come, cuándo se come, dónde se come, de qué manera, con qué y quién se consume los alimentos, y si se adoptan de manera directa e indirectamente como parte de prácticas socioculturales.

Los hábitos alimentarios se han modificado por diferentes factores que alteran la dinámica e interacción familiar; uno de ellos corresponde a la situación económica que afecta los patrones de consumo de la familia, y otro tiene que ver con la falta de tiempo para cocinar, lo que provoca que las familias adopten nuevas formas de cocina y de organización, ejerciendo una fuerte influencia en la dieta de los niños y en sus conductas relacionadas con la alimentación.

Además, la dinámica familiar es influenciada por ciertas áreas, como la biológica, la sociocultural, la psicológica, la educacional, la económica y la afectiva, dentro de las que los miembros de la familia “funcionan” como individuos o como grupo, siendo capaz de satisfacer las necesidades básicas materiales y espirituales de sus miembros, actuando como sistema de apoyo.

Estas áreas se encuentran relacionadas entre sí, y, por tanto, sus influencias y contribuciones a la propia dinámica de la familia se superponen, potencian o disminuyen. Finalmente diremos que algunos autores plantean que la familia presenta disfuncionalidad cuando no se tiene la capacidad de asumir cambios, es decir, cuando la rigidez de sus reglas le impide ajustarse a su propio ciclo y al desarrollo de sus miembros.

Rol de la escuela en la alimentación de los niños

La **escuela** permite al niño enfrentarse a nuevos hábitos alimentarios que, en muchas ocasiones, no son saludables. Sin embargo, es necesario tratar este tipo de temas desde una perspectiva integral que permita combinar conductas saludables que promueva en los niños un estilo de vida saludable.

Pero... ¿Qué importancia tiene la alimentación en la escuela? Los escolares y adolescentes necesitan una buena dieta para crecer, desarrollarse, protegerse de las enfermedades y tener la energía para estudiar, aprender y ser físicamente activos.

Asimismo, junto con la oferta de alimentos y bebidas saludables, las oportunidades de aprendizaje y experiencias relacionadas con la alimentación que se dan en el entorno escolar puede modificar patrones alimentarios más saludables durante el resto de la vida.

El entorno alimentario escolar son todos los espacios, la infraestructura y las condiciones dentro y alrededor de las escuelas donde los alimentos están disponibles, se obtienen, compran y/o consumen. Esto incluye su contenido nutricional, precio y la publicidad o la información que recibe la comunidad educativa sobre alimentación.

El entorno escolar moldea qué tan accesibles, deseables y convenientes son cierto tipo de alimentos durante la estancia de los niños y adolescentes en la escuela, pero también es un espacio donde desarrollan hábitos que pueden durar toda su vida. Por lo tanto, es importante que dichos entornos permitan y promuevan que estudiantes, familiares, autoridades educativas y maestros tomen decisiones de alimentación más saludables.

Como dijimos, el sobrepeso y la obesidad son enfermedades que se ven cada vez más en los niños, por lo que el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, mayormente conocido como UNICEF, propuso cuatro acciones efectivas para prevenirlas en el entorno escolar. Estas son:

- Empoderamiento y cambio de conductas en alimentación, nutrición y salud mediante procesos educativos y capacitación para estudiantes y comunidad educativa
- Aumento de la actividad física comunicando sus beneficios, e incrementando el tiempo, el espacio y los recursos para que hacer ejercicio sea posible en las escuelas
- Estándares de alimentación saludable en las escuelas, proporcionando alimentos de alta calidad, tanto en la alimentación escolar como en las tiendas escolares
- Regulaciones y lineamientos para proteger el ambiente alimentario, que incluye la promoción del consumo de frutas y verduras, así como restricciones a la publicidad de alimentos no saludables y a la venta de alimentos no saludables en las tiendas escolares

Además, se recomienda que, para ser efectivas, las acciones deben tener una duración mínima de un año, ser diseñadas y dirigidas por expertos e involucrar a toda la comunidad educativa.

Antes de la pandemia, algunas de estas acciones ya se implementaban, con ciertos desafíos, en las escuelas del país, y fue a raíz de ésta que, en 2020, la Secretaría de Educación Pública, en vinculación con instituciones de salud, implementaron de forma

emergente diversas acciones para iniciar la impartición de contenidos sobre estilos de vida saludables dirigidos a estudiantes de primaria y secundaria y a docentes.

Los objetivos fueron:

- Combatir diversas enfermedades, particularmente las infecciosas y las crónicas, como la diabetes, fortaleciendo el sistema inmunológico y el autocuidado
- Reducir el consumo de comida “chatarra”, grasas no saludables, y bebidas azucaradas
- Incrementar el consumo de productos naturales nacionales
- Y vincular la alimentación escolar con la comunidad y sus productos

Junto con la oferta de alimentos y bebidas saludables, las oportunidades de aprendizaje y experiencias relacionadas con la alimentación que se dan en el entorno escolar pueden cambiar o modificar patrones alimentarios más saludables durante el resto de la vida.

Evidencia internacional muestra que la implementación de acciones que mejoran el entorno escolar pueden aumentar el consumo de alimentos saludables, particularmente de frutas y verduras, que es donde hay un mayor desafío para su consumo, disminuir el consumo de alimentos de bajo valor nutricional, logrando la mejora en la calidad nutrimental global de la dieta, así como mejorar los conocimientos sobre estos temas brindando herramientas a niñas, niños y adolescentes para tomar mejores decisiones a lo largo de su vida.

Las escuelas brindan una oportunidad única para fomentar la buena nutrición y el desarrollo adecuado de los niños y los adolescentes. ¿Por qué decimos esto? Porque el entorno escolar es un lugar de aprendizaje estructurado, donde interactúan quienes influyen en las percepciones, las prácticas y los hábitos de los niños, por una parte, y se toman decisiones y hacen elecciones sobre los alimentos, por otra.

La educación alimentaria y nutricional en la escuela aprovecha ese entorno y crea oportunidades de aprendizaje y experiencias que pueden modificar patrones alimentarios más saludables, especialmente cuando están respaldados por un entorno alimentario saludable.

Debemos tener en cuenta que la escuela cumple un rol muy importante para complementar la educación alimentaria que se da en la familia como primera educadora. En todos los países van integrando cada vez más la educación alimentaria y nutricional como un elemento central de sus planes de estudio nacionales y sus políticas escolares

en materia de alimentación y salud. Sin embargo, aún queda mucho por hacer para lograr el máximo potencial de la educación alimentaria y nutricional en la escuela.

Actualmente, la Organización Mundial de la Salud busca entender cómo se integra la educación escolar en materia de alimentación y nutrición en los sistemas educativos nacionales de todo el mundo y cuáles son las capacidades y los recursos necesarios en todo el sistema.

Dado que los alimentos son un elemento central en relación con numerosos retos actuales del desarrollo sostenible, se necesita una nueva visión y un nuevo enfoque respecto a la educación escolar tradicional en materia de alimentación y nutrición, de forma que los niños y sus comunidades desarrollen capacidades que respalden su salud y su bienestar y dispongan de los medios para convertirse en agentes activos del cambio en sus sistemas alimentarios locales.

Para hacer realidad esta visión, se necesitan nuevos paradigmas que vayan más allá de la transmisión en el aula de información nutricional básica y genérica, hacia otros que promuevan el aprendizaje práctico y el desarrollo de habilidades, el uso de diferentes medios y tecnologías, y oportunidades diversas para practicar la alimentación en condiciones reales, como en cantinas, mercados y patios de recreo, así como en el hogar y la comunidad.

La Organización Mundial de la Salud está trabajando con varios asociados para promover esta nueva visión y proporcionar a los gobiernos apoyo técnico, orientación y estrategias de desarrollo de la capacidad, a fin de integrar en sus sistemas escolares una educación alimentaria y nutricional eficaz.

Ley 27.642

La Ley de Promoción de Alimentación Saludable, que es la número 27.642, ayuda a transformar la alimentación en las escuelas de todos los niveles.

Esta Ley incorpora los sellos para reconocer los productos que tienen exceso de azúcares, sodio, grasas y calorías, y también advierten sobre el contenido de edulcorantes y cafeína, que no se recomiendan en las infancias.

Como dijimos anteriormente, la escuela es un lugar clave para mejorar los hábitos alimentarios, y el compromiso de la comunidad educativa es fundamental. Por ello, se recomienda que no se compren ni ofrezcan alimentos o bebidas con sellos en las comidas o los eventos escolares, y que los kioscos dentro de las escuelas reemplacen los alimentos y bebidas con sellos por aquellos que no los tengan como frutas, licuados, preparaciones

caseras. Además, no está permitida la publicidad de productos con sellos, y tampoco que patrocinen eventos o se entreguen de manera gratuita.

Es importante que cada persona, en su casa, trate de ofrecer, para llevar a la escuela, productos que no tengan sellos, priorizando alimentos y bebidas caseras, frutas y agua.

Para garantizar contenidos de Educación Alimentaria en los establecimientos educativos de nivel inicial, primario y secundario, se actualizarán los Núcleos de Aprendizaje Prioritario, siguiendo los lineamientos de las “Guías Alimentarias para la Población Argentina”.

También se realizarán acciones para fortalecer la formación docente continua a través la Ley N° 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable, que tiene por objeto garantizar el derecho a la salud y a una alimentación adecuada de la población, a través de la promoción de una alimentación saludable.

A su vez, es importante tener en cuenta estas características:

- Que la alimentación saludable es aquella que basada en criterios de equilibrio y variedad, y de acuerdo a las pautas culturales de la población, aporta una cantidad suficiente de nutrientes esenciales y limitada en aquellos nutrientes cuya ingesta en exceso es factor de riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles.
- Que la prevención de la malnutrición implica, entre otras medidas, la advertencia sobre los excesos de nutrientes críticos como azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales y calorías en alimentos envasados y bebidas analcohólicas, a partir de información clara, oportuna y veraz que resguarde los derechos de las consumidoras y los consumidores.

Marketing y publicidad de productos alimenticios

Como hemos estado estudiando, hay muchas entidades nacionales e internacionales que trabajan mediante campañas y programas para mejorar la salud de los niños y para que estos adquieran hábitos saludables. Pero a todo lo dicho debemos agregar lo que ocurre con el marketing y las publicidades que influyen directamente en la selección de los niños.

Algunas de las técnicas que utilizan estas publicidades para que los chicos y las chicas quieran comprar los productos son:

- mostrarlos fuera del envase, técnica utilizada para generar tentación

- asociar la palabra diversión a la palabra sabor
- utilizar jingles pegadizos
- contratar a celebridades con bastante exposición vinculadas al mundo del deporte y la música para promocionarlos
- crear personajes de ficción que refieran a la marca

Varios aspectos de la regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de alimentos y bebidas no saludables de alimentos y bebidas dirigidas a niños y niñas están contenidos en la ley sobre promoción de una alimentación saludable, que establece además el etiquetado frontal de alimentos para advertir sobre el exceso de azúcar, sal y grasas en los productos procesados y ultraprocesados

UNICEF, al igual que la Organización Panamericana de Salud, la Organización Mundial de la Salud y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, propone una serie de medidas regulatorias que mejoren el acceso a la información de los productos alimenticios y bebidas para contribuir a la prevención de la obesidad infantil y con el fin de fortalecer el derecho a la alimentación saludable.

La propuesta tiene cuatro ejes centrales:

- Advertencias sanitarias en el frente de los envases, puesto que el etiquetado busca entregar información nutricional clara, veraz y sencilla, que posibilite una toma de decisión de compra informada
- Regulaciones para propiciar entornos escolares saludables, que incluyan la prohibición de ofrecer y publicitar comestibles no saludables con exceso de azúcar, grasas y sal en las escuelas.
- Regulaciones para proteger a niños, niñas y adolescentes de la publicidad, la promoción y el patrocinio de productos con exceso de azúcar, grasas y sodio. La regulación debe alcanzar a todos los medios de comunicación, considerando no solo los canales tradicionales como la televisión, sino también la publicidad no convencional en el mundo digital, redes sociales, a través de influencers, entre otros.
- Promoción de la incorporación de impuestos especiales para desalentar el consumo de productos alimenticios y bebidas no saludables, e incentivar el consumo de alimentos naturales y agua segura.

Pero... ¿Cómo les parece que afectan las etiquetas en la selección de alimentos? Como dijimos, en Argentina hoy en día existe la Ley de etiquetado frontal.

El etiquetado frontal es una herramienta simple, práctica y eficaz para informar al público sobre los productos que pueden dañar la salud y ayudar a orientar las decisiones de compra. Es decir, es un sistema que promueve la alimentación saludable mediante avisos en los envases de los productos.

Así es como la ley 27.642 tiene los siguientes objetivos:

- Garantizar el derecho a la salud y a una alimentación adecuada
- Dar información nutricional comprensible de los alimentos envasados y bebidas analcohólicas para resguardar los derechos de los consumidores
- Advertir a los consumidores sobre los excesos de azúcares, sodio, grasas saturadas, grasas totales y calorías
- Prevenir la malnutrición en la población y reducir las enfermedades crónicas no transmisibles.

Esta ley deben cumplirla todas las personas, humanas o jurídicas, que fabriquen, produzcan, elaboren, fraccionen, envasen, encomienden envasar o fabricar, distribuyan, comercialicen, importen, pongan su marca o integren la cadena de comercialización de alimentos y bebidas analcohólicas de consumo humano en la República Argentina.

La eficacia para facilitar el acceso a información nutricional de algunos sistemas de etiquetado frontal respecto de los paneles de información nutricional tradicionales ha sido ampliamente demostrada, por lo que la medida es recomendada como política pública para la protección del derecho a la salud de la población.

Asimismo, el etiquetado frontal posee las siguientes ventajas:

- Se enfoca en los atributos nutricionales más relevantes para la calidad de la alimentación y promoción de la salud
- Utiliza perfiles nutricionales simples de ser elaborados, revisados, explicados y utilizados
- Facilita la visualización y la atención del consumidor
- Facilita la comprensión del contenido nutricional del alimento
- Facilita la comparación entre alimentos de la misma categoría
- Facilita la comparación entre alimentos de diferentes categorías

- Ayuda a identificar versiones menos saludables de alimentos
- Ayuda a comprender la frecuencia de consumo del alimento
- Compite con otras informaciones transmitidas en el rótulo
- Posee menor costo de implementación
- Influye directamente en la decisión de compra de los alimentos

En Argentina, la publicidad de alimentos se encuentra regulada y fiscalizada por la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica, mayormente conocida como ANMAT. Sin embargo, esta regula principalmente el mensaje publicitario sin importar la calidad nutricional y el destinatario de la pieza publicitaria.

Hace algunos años, a nivel internacional, se puso el foco en la regulación de las publicidades de productos no saludables dirigida a los niños como un punto de acción ante la prevención de enfermedades no transmisibles. En nuestro país, como sabemos, contamos con la Ley 27.642 de Promoción de la alimentación saludable que regula la publicidad, la promoción y el patrocinio.

La Disposición ANMAT N° 4980/2005 es la que regula el mensaje publicitario, estableciendo criterios generales, para todos los productos de venta libre, y específicos para cada producto, a los que se deberán ajustarse las publicidades o propagandas. En cada caso, establece qué mensajes se pueden dar y cuáles están prohibidos.

La publicidad de todos estos productos deberá proponer la utilización adecuada del producto, presentar sus propiedades objetivamente sin engaños o equívocos, brindar información veraz, precisa y clara; y no deberá vulnerar los intereses de la salud pública, ni ser encubierta, engañosa, indirecta, subliminal o desleal.

De acuerdo con la ley 27.642, está prohibida la publicidad, promoción y patrocinio de los alimentos y bebidas sin alcohol que contengan al menos un sello de advertencia dirigida a niños, niñas y adolescentes.

La publicidad, promoción o patrocinio de alimentos o bebidas analcohólicas que tienen al menos 1 sello de advertencia:

- Deben estimular el consumo adecuado del producto y presentar sus propiedades sin engaños, con información clara, precisa y cierta
- Incluir la denominación de venta y el nombre comercial del producto
- Incluir todos los sellos de advertencia o leyendas precautorias sobre edulcorantes o cafeína que correspondan al producto. Los sellos de advertencia y las leyendas precautorias deben presentarse de forma que el consumidor los vea con claridad y cumplir estos requisitos: En los medios gráficos tradicionales y digitales deben insertarse de forma tal que permita su fácil lectura y que contraste con el fondo del anuncio; en la vía pública y medios similares, deben ser de fácil lectura y de tamaño acorde con el usado en la gráfica; en el medio oral tradicional o digital, deben decirse con un ritmo y velocidad que permita su fácil comprensión; en los medios audiovisuales tradicionales y digitales, deben incluirse en forma visible y mantenerse durante un tiempo que permita su lectura completa.
- Hacerse en idioma español. Se pueden usar palabras o frases de uso corriente aunque sean de otro idioma. También se pueden usar imágenes que definan en forma clara y con términos cotidianos el uso del producto para favorecer la comprensión del público en general.
- Incluir en forma completa las características, modos de uso, o advertencias del producto.

La publicidad, promoción o patrocinio de alimentos y bebidas sin alcohol envasados que contengan algún sello de advertencia no puede:

- Publicitar, promocionar o patrocinar productos no autorizados por la autoridad sanitaria competente.
- Publicitar, los productos que no cumplimenten la Declaración Jurada ante la ANMAT.
- Incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas o elementos interactivos.
- Incluir la entrega o promesa de entrega de obsequios, premios, regalos, accesorios, adhesivos juegos visual-espaciales, descargas digitales, o cualquier otro elemento.
- Incluir la participación o promesa de participación en concursos, juegos, eventos deportivos, musicales, teatrales o culturales que promuevan el consumo.
- Resaltar declaraciones nutricionales complementarias que destaquen cualidades positivas o nutritivas de los productos.

- Publicitar, promocionar o patrocinar un producto o una modificación de uno ya existente en el mercado como "nuevo" o "nueva" cuando ya pasaron dos años de la fecha del comienzo de su comercialización al público. Cuando se trate de cambios en productos que ya se encuentran en el mercado debe indicarse cuál es la novedad y comunicarla en forma completa.
- Promocionar o entregar a título gratuito alimentos y bebidas sin alcohol envasados que contengan algún sello de advertencia.
- Promover la compra del producto para hacer donaciones o cumplir fines humanitarios.
- Incluir mensajes relacionados con aprobaciones o recomendaciones de expertos, asociaciones médicas, científicas o similares.
- Incluir frases que involucren a la autoridad nacional, provincial o internacional tales como: "Publicidad autorizada por la Autoridad Sanitaria" o similares.
- Incluir textos que estén prohibidos en el Código Alimentario Argentino
- Modificar los rótulos aprobados de acuerdo con la normativa vigente en cuanto a su composición, usos y propiedades específicas del producto.
- Promocionar que el consumo del alimento constituye una garantía de salud.
- Calcular el grado de disminución de riesgo a contraer enfermedades por el consumo del producto.
- Incluir frases o mensajes que: Atribuyan al producto acciones o propiedades terapéuticas o sugieran que el alimento es un producto medicinal; mencionen directa o indirectamente una condición patológica o anormal; aconsejen su consumo por razones de acción estimulante.
- Provoquen temor o angustia por sugerir que la salud de la persona se verá afectada si no usa el producto.
- Oculten las propiedades específicas del producto.
- Manifiesten que un alimento puede ser usado en reemplazo de una comida convencional o como el único alimento de una dieta.
- Modifiquen en cualquier medida la declaración de propiedades nutricionales contenidas en el rótulo aprobado.
- Se refieran a los productos como "naturales" cuando en verdad sean semisintéticos o formulados conjuntamente con componentes sintéticos. Para los productos obtenidos a partir de sustancias de origen natural, el anuncio sólo podrá consignar "obtenido a partir de sustancias de origen natural" o "con ingredientes obtenidos a partir de sustancias de origen natural".

- Usen palabras, signos, denominaciones, símbolos, emblemas, ilustraciones u otras representaciones gráficas que tornen falsa, incorrecta o insuficiente la información, o que puedan inducir a error, confusión o engaño al consumidor en relación con las verdades características del producto
- Afirmen o indiquen que un producto tiene un atributo o característica superior a otro desde el punto de vista bromatológico, o que el producto anunciado es la única alternativa posible dentro del rubro.