
Carta al editor 3

Alimentación infantil y publicidad

La industria de alimentos infantiles, es y ha sido indudablemente una gran aliada en el ejercicio de nuestra profesión de pediatras.

Sin embargo, cada cierto tiempo, estas industrias deciden efectuar promociones de sus productos probablemente sin la asesoría adecuada de profesionales de salud expertos sino sólo en base a estrategias de marketing que promocionan sus productos sin considerar todos los aspectos técnicos adecuados.

Es nuestro deber entonces mantener una vigilancia y advertir oportunamente a las empresas involucradas de los riesgos del mal uso de los productos promocionados.

En el caso del producto PEDIASURE®, actualmente promocionado en diversos medios, incluyendo un “matinal” de la televisión de amplia llegada al público, se presenta como un alimento alternativo para niños “selectivos”, independiente de su estado nutricional y aún en condición de “niño sano”, y como alternativa para niños que no ingieren o rechazan alimentos de una dieta saludable. Este alimento fue diseñado como un suplemento nutritivo muy útil para pacientes enfermos, desnutridos y/o con mala absorción intestinal, por lo que tiene alto contenido de macronutrientes y micronutrientes que pueden ser excesivos e innecesarios para un niño normal.

En un momento en que entre los principales problemas de salud en Chile son el sobrepeso, la obesidad, la que afecta incluso a niños muy pequeños, el sedentarismo y el excesivo consumo y oferta de alimentos altos en energía,

azúcares, grasas y sodio, ofrecer a niños eutróficos un alimento de alta densidad energética y dulce parece ir en contra de todas las medidas de salud pública razonables.

Es necesario considerar además que entre los 6 meses y los 2 años de vida el niño debe aprender a comer diferentes tipos de alimentos, consistencias y sabores, que son los que aceptará en su vida futura, por lo que ofrecerle un alimento de la naturaleza del PEDIASURE® interferirá obviamente en dicho aprendizaje y en el desarrollo de hábitos alimentarios saludables.

Hacemos un llamado a las autoridades correspondientes a hacer cumplir las regulaciones existentes en la mirada de proteger al consumidor de la publicidad engañosa, especialmente la de alimentos dirigidos a la población infantil, y a generar nuevas normativas que impidan el abuso en la promoción de alimentos especiales.

Por lo anteriormente explicado, la Rama de Nutrición de la Sociedad de Pediatría ha considerado pertinente enviar una carta a los ejecutivos del laboratorio que produce el citado alimento, llamando la atención sobre estos puntos y esperando que nuestra opinión técnica sea acogida, considerando la preocupación por el bienestar de los niños y niñas de nuestro país.

Dra. Silvia Ibáñez
Médico Pediatra

*A nombre de la Rama de Nutrición de la
Sociedad Chilena de Pediatría*

Nota: A la fecha de publicación de esta carta, el Laboratorio Abbott ya ha retirado su publicidad del matinal, consideración que agradecemos profundamente.