

CAPÍTULO 15

¿Mensajes publicitarios o nutricionales?

Esa es la cuestión

*María del Carmen Romero López¹, María del Pilar Jiménez Tejada², Francisco González
García³*

Didáctica de las Ciencias Experimentales. Universidad de Granada

¹romero@ugr.es, ²pjtejada@ugr.es; ³pagoga@ugr.es

1. RESUMEN

La publicidad es uno de los factores más influyentes en la psicología de la alimentación humana y dada su capacidad persuasiva puede ser determinante en el consumo de un producto, particularmente en el caso de los niños, pudiendo generar hábitos y patrones de consumo ligados a los mensajes publicitarios y dejando de lado la información nutricional del envasado. El profesorado de educación infantil tiene un papel relevante en la educación alimentaria de los menores de 3 a 6 años. Este profesorado puede colaborar con dietistas-nutricionistas para diseñar estrategias de educación nutricional en estas edades. Con la propuesta formativa que se presenta pretendemos que el alumnado determine el tipo de mensajes que aparecen en el envase, y conocer la competencia que tienen los futuros educadores para discernir entre mensajes nutricionales y publicitarios. Para ello se han identificado todos los elementos informativos presentes en un envase alimentario (texto, gráfico, tablas y datos numéricos) siguiendo la metodología de Girón Gambero, Blanco López y Lupión Cobos (2014) modificada para clasificarlos como información nutricional, declaración saludable, declaración nutricional o publicidad según el Reglamento Europeo 1169/2011.

2. INTRODUCCIÓN

La Educación Alimentaria (EA) forma parte de la Educación para la Salud (EPS) y tiene como objetivo facilitar la adopción voluntaria de conductas relacionadas con la nutrición que favorezcan la salud y el bienestar (De Santiago, 2012). Gracias a la EA se puede conseguir, desde la edad infantil, consumidores con un pensamiento crítico a la hora de seleccionar una dieta saludable, en una época en la que es cada vez menos frecuente la alimentación tradicional (López Nomdedeu, 2001).

En el contexto escolar, donde los alumnos pasan tanto tiempo a lo largo del día, sería muy ventajoso incluir la EA en el currículo. De esta manera, además de facilitar los conocimientos básicos sobre nutrición, sería posible transmitir hábitos alimentarios saludables de manera eficaz a la par que se enseña ciencias (Romero López, Rodríguez Fernández y Cárdenas Castellar, 2019).

La formación del profesorado es el problema más importante con el que se enfrenta la Eps en la escuela. En el ámbito de las ciencias, la nutrición se centra casi exclusivamente en memorizar procesos fisiológicos y bioquímicos, dejándose de lado contenidos en hábitos de higiene alimentaria y alimentación, a pesar de que son actos cotidianos del alumnado y que se pueden trabajar de forma cercana y amena (Romero López, Rodríguez Fernández y Cárdenas Castellar, 2019). Por tanto, se hace patente la necesidad de realizar intervenciones educativas en el profesorado, aunque sean de corta duración, para mejorar sus conocimientos y competencias sobre alimentación ya que repercute favorablemente en sus alumnos (Rosales Ricardo, y otros, 2017). Sin embargo, la nutrición como ciencia es relativamente joven, y en ella la publicidad es muy influyente (Reyes Pedraza, García González y Téllez Castilla, 2017). Por estos motivos debería estar presente el dietista-nutricionista en las escuelas. Es el profesional de la salud, reconocido como un experto en alimentación, nutrición y dietética, con capacidad para intervenir en la alimentación convirtiéndolo en la figura idónea para colaborar con el profesorado, guiarlo en su formación y fomentar la salud en los centros escolares (Asociación Española de Dietistas-Nutricionistas, 2003; Romero López, Rodríguez Fernández y Cárdenas Castellar, 2019).

2.1. PUBLICIDAD Y CIENCIA

Los mensajes publicitarios generan una gran influencia sobre la población infantil, pudiendo alterar sus patrones alimentarios, especialmente cuando muestran contenido emocional o fantástico (Lima, y otros, 2019). La publicidad suele valerse de la ciencia para llegar o convencer al consumidor (Ezquerria y Fernández Sánchez, 2014; Girón Gambero, Blanco López y Lupión

Cobos, 2014; Vílchez González, Romero López y González García, 2015). Un ejemplo de ello son características tan frecuentes en los envases alimentarios como *light*, *superalimento*, *reducido en...*, etc. Todas ellas suelen respaldarse en un conocimiento científico relacionado con la promoción de la salud, aunque en ocasiones se utiliza más como reclamo para su consumo. Los alimentos y su envasado se convierten así en una forma tremendamente interesante de enseñar ciencias de una forma diferente y cercana (Ezquerro y Fernández Sánchez, 2014). Ante esta situación, es necesario diseñar estrategias y actividades con las que el profesorado en formación pueda aprender ciencia con recursos sencillos y cercanos que impulsen el pensamiento crítico. Surge así la necesidad de estudiar la capacidad que tienen los futuros educadores (estudiantes de los grados de educación primaria, educación infantil y de nutrición humana y dietética), para discernir entre mensajes nutricionales y publicitarios. Además, se crea un recurso útil para aprender a interpretar los mensajes que aparecen en un etiquetado nutricional para ayudar a mejorar las decisiones alimentarias. A su vez, favorecer las capacidades de argumentación y comprensión sobre los contenidos nutricionales, gracias a la colaboración entre los estudiantes.

3. DESARROLLO

3.1. PARTICIPANTES

Las actividades de este trabajo se han desarrollado para estudiantes del grado de educación infantil (EI), educación primaria (EP), así como de nutrición humana y dietética (NHD), independientemente del curso en el que se encuentren. En los tres casos se cursan asignaturas en las que se trabajan la publicidad en alimentación, así como el análisis de etiquetado nutricional. Para esta ocasión se implementó en un total de 73 alumnos (46 de EI, 11 de EP y 16 de NHD). Igualmente, puede utilizarse como recurso en 1.º y 3.º de educación secundaria obligatoria (ESO), puesto que la nutrición y su relación con la salud son contenidos que ya aparecen en el bloque 4 del Real Decreto

1105/2014, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato.

3.2. ANÁLISIS DEL ENVASE

Se ha utilizado el envase de un producto alimenticio de baja calidad nutricional, elaborado de manera industrial y destinado a niños (figuras 1 y 2), en el que se han identificado y señalado 35 elementos informativos (Girón Gambero, 2017).



Figura 1. Imagen de la cara frontal (izquierda) y cara posterior (derecha) del envase de cereales escogido para el estudio con numeración de los elementos informativos.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL VALORES MEDIOS	32 Por 30g + 125ml de Leche Semidesnatada	33 Por 100g
Valor Energético	747 kJ 177 kcal	1645 kJ 389 kcal
Proteínas	6,8 g	8,2 g
Hidratos de Carbono de los cuales azúcares	28,9 g 14,5 g	75,7 g 28,7 g
Grasas de los cuales saturadas	3,4 g 1,7 g	4,5 g 1,8 g
Fibra alimentaria	1,9 g	6,2 g
Sodio	0,11 g	0,15 g

Vitaminas y Minerales	34	%CDR*	35	%CDR*
Vitamina D	0,94 µg	19%	3,00 µg	60%
Tiamina (B1)	0,33 mg	30%	0,93 mg	85%
Riboflavina (B2)	0,61 mg	44%	1,27 mg	91%
Niacina	4,26 mg	27%	13,80 mg	86%
Vitamina B6	0,44 mg	31%	1,26 mg	90%
Ácido fólico	57,40 µg	29%	176,00 µg	88%
Ácido pantoténico	2,02 mg	34%	5,23 mg	87%
Calcio	295 mg	37%	479 mg	60%
Hierro	3,57 mg	26%	11,70 mg	84%

*CDR - Cantidad Diaria Recomendada.
Cada estuche de 500 g de NESTLÉ CHOCAPIC
contiene 16 ó 17 raciones.

Figura 2. Imagen de la cara lateral del envase de cereales escogido para el estudio.

Partiendo de la propuesta de Girón Gambero (2017), en la que se analizaron los mensajes en contenido científico o publicitario, en el presente trabajo se utilizaron también las definiciones que ofrece el Reglamento 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. Siguiendo la misma normativa existen tres categorías de mensajes (anexo I): información nutricional (IN), declaración saludable (DS), declaración nutricional (DN). El resto se considera publicidad (P).

En esta experiencia, para categorizar y analizar los 35 mensajes del envase, el cuestionario utilizado se divide en tres columnas: la primera muestra el número de mensaje del envase, en la segunda se recoge literalmente el mensaje que aparece (letra en cursiva) o en algunos casos como el de las imágenes, se describe de forma objetiva (tabla 1). En la tercera columna, se le solicita al alumnado el tipo de mensaje.

Para la clasificación correcta de los 35 mensajes, se contactó con dos expertos en legislación alimentaria de la Universidad de Granada quedando como información nutricional el 8 y del 31 al

35, declaraciones saludables el 16 y 17 y como declaración nutricional el 21. El resto de mensajes son publicidad. Hay que indicar que tan sólo las declaraciones y la información nutricional pueden ser consideradas como información científica puesto que no sólo indican, con respaldo científico, qué nutrientes (en su ausencia o presencia) están realmente relacionados con la salud, sino también en qué cantidades. Un ejemplo de ello sería la frase que aparece en el envase «con cereales integrales». Es sabido que este tipo de cereales contienen fibra, que ayuda entre otros, a la regulación del tránsito intestinal. Sin embargo, sólo a partir de una cantidad concreta de fibra puede atribuírsele propiedades beneficiosas y por tanto considerarse una declaración nutricional debiendo aparecer en el envase como «fuente de fibra». En este caso sería si el producto contiene como mínimo 3 g de fibra por 100 g o, como mínimo, 1,5 g de fibra por 100 kcal –Reglamento (CE) 1924/2006 de 20 de diciembre–.

3.3. RECOGIDA DE DATOS

Material de consulta

Para ayudar a los estudiantes en la interpretación de los mensajes del envase alimentario, se facilitarán las definiciones de información nutricional, declaración, sus tipos y cuáles están autorizadas en los envases alimentarios –Reglamento (CE) 1924/2006, Reglamento (UE) 116/2010– (anexo I). Hay que especificarles a los estudiantes que esas declaraciones corresponden a una cantidad de nutrientes concreta a la que se le puede atribuir un beneficio concreto para la salud y que ha sido comprobado científicamente, por lo que sólo pueden utilizarse concretamente las declaraciones que aparecen en el reglamento. Si se usa cualquier otra forma de expresar ese beneficio nutriente-salud que no se recoge en el reglamento, correspondería a un reclamo publicitario.

4. PROCEDIMIENTO

La experiencia se desarrolló en tres sesiones de una hora de la siguiente manera:

- Sesión 1. Durante una hora se analizó un envase alimentario partiendo de los conocimientos previos que tiene el alumnado. Se averiguaron cuáles eran sus argumentos para consumir el alimento. Esta sesión se realizó, por separado, en los alumnos de los tres grados implicados.
- Sesión 2. Tras conocer los diferentes tipos de mensajes que podíamos encontrar y dónde localizar información veraz, se analizó nuevamente el mismo envase. Se comprobó si la nueva información afectó en su decisión de consumir el producto. Los alumnos de los tres grados implicados trabajaron por separado.
- Sesión 3. En esta ocasión, se pretendió mejorar la colaboración entre los estudiantes de los diferentes grados y normalizar la visión de colaboración entre los distintos profesionales. A su vez, se buscó reforzar la capacidad de argumentación de los futuros dietistas-nutricionistas, a la par que se resolvían dudas relacionadas con la nutrición y etiquetado entre los alumnos de educación.

Si se dispone de poco tiempo, la duración de las actividades puede reducirse a una sesión de una hora, centrándose exclusivamente en el análisis del etiquetado tal y como se describe en las sesiones 1 y 2.

4.1. ¿ENTIENDO EL ETIQUETADO? PRIMERA IMPRESIÓN COMO CONSUMIDORES. SESIÓN 1.

En primer lugar, se repartieron por parejas las imágenes del envase de los cereales (figuras 1 y 2) y se les dejaron unos cinco minutos para que se familiarizaran con el envase y pudieran leer el

contenido. Seguidamente, se les facilitó el cuestionario que recoge los mensajes numerados (tabla 1) y, de forma individual, se les pidió que los clasificaran como declaración nutricional o saludable, información nutricional o publicidad (figura 3).



Figura 3. Estudiantes de educación infantil discutiendo sobre los distintos mensajes que aparecen en el etiquetado.

Lo habitual entre los estudiantes de educación primaria e infantil es que desconozcan estos términos, a pesar de que, como consumidores, deberían resultarles familiares. Ante esta situación, se mantuvieron a la vista durante toda la sesión las cuatro definiciones con las que se trabajó y se les pidió que intentaran dilucidar su significado.

Los mensajes clasificados como información nutricional fueron los más fáciles de identificar, independientemente del grado al que pertenecían. Cuando se comentaron los resultados en grupo, la información nutricional no sólo fue la más consultada a la hora de decidir si consumir el producto, era en la que se basaban para argumentar si consumirían el producto. A pesar de ello, no siempre se interpretaba de forma adecuada y sólo seleccionaban los datos que les eran más familiares como la cantidad de azúcar o el valor energético. Unos pocos estudiantes se mostraron reacios a participar por desconocer el significado de esos términos, por lo que se les dio una breve

explicación para orientarlos de forma individual para no influenciar en aquellos que creían tener claras sus ideas.

Fue llamativo que, en general, los estudiantes clasificaban muy pocos mensajes como publicidad, siendo principalmente aquellos referidos al sabor junto con la imagen que los promocionaba. Confundir reclamos publicitarios como declaraciones saludables o nutricionales es el error más común entre los estudiantes y los que más influyen en la decisión de consumir el producto. Es información que convierten en datos científicos indiscutibles de promoción de la salud. El ejemplo más repetido fue el de la vitamina D como nutriente que «da salud». Los estudiantes reconocen su valor en la formación de tejido óseo y por tanto «es bueno y mantiene la salud» pero no aportan más argumentos. Tan sólo en algunas ocasiones se relacionó con alteraciones como la osteoporosis, aunque desconocían cuál es su mecanismo de acción y como siempre era beneficioso consumirlo, debía de aportarse en la mayor cantidad posible.

4.2. FORMANDO CONSUMIDORES. SESIÓN 2.

En esta fase, se le explicó al alumnado los diferentes mensajes que pueden encontrar en los envases alimentarios, sus diferencias, cuáles son las declaraciones autorizadas y, sobre todo, cómo localizar el reglamento si necesitaban consultarlo (anexo I). Para ello se les dio a conocer la web de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN). Este paso fue especialmente aconsejable entre los estudiantes de los grados de educación primaria e infantil. Posteriormente, tras aclarar posibles dudas, se les facilitó un nuevo cuestionario (tabla 1) y el documento del anexo I, para que clasificaran nuevamente el envase. Es importante recalcarles que sólo se consideran declaraciones nutricionales si la expresión utilizada se encuentra entre las autorizadas. Una vez hecha la clasificación, se les proporcionó la realizada por los expertos (ver apartado 3.2.).

El reglamento indica que la información que aparezca en el etiquetado nutricional debe ser precisa, clara y fácil de interpretar, aunque no siempre es fácil. La industria alimentaria utiliza sinónimos o expresiones que se parecen a las declaraciones nutricionales, pero que, como no están autorizadas por no tener un respaldo científico, se trata de estrategias publicitarias. Este hecho es lo que más confusión generó entre los estudiantes, incluidos los de NHD, a pesar de su formación en legislación alimentaria. Frases como «son una buena fuente de calcio» les resultó muy similar a la declaración autorizada «fuente de...» pero se trata de un mensaje publicitario. Al terminar, se compararon las dos clasificaciones realizadas. Muchos de los mensajes clasificados inicialmente como información nutricional o declaración, eran realmente publicidad. Fue importante comentar en grupo los motivos por los que fueron clasificados de esa forma y, sobre todo, si la clasificación final afectó a su decisión de consumir el alimento.

En este punto, se les explicó a los estudiantes los tres componentes fundamentales de la argumentación (conclusión, justificaciones y pruebas) y se les pidió por escrito que argumentaran si consumirían el producto.

Aunque el envase analizado es de un alimento destinado principalmente a una población más joven, muchos de los estudiantes que participaron en la actividad lo consumen. Tras comprobar el alto contenido en publicidad que aparece en sus mensajes, la mayoría argumentaba que seguirían consumiéndolo, pero ahora simplemente por el sabor y no por el carácter de «saludables» que les aportaban. El discurso argumentativo sigue siendo pobre, utilizando como pruebas la alta presencia de publicidad, sinónimo para ellos de «engaño» o «mentiras para comprar el alimento». Pero un reducido grupo de estudiantes fueron capaces de justificar y aportar datos basándose en la clasificación realizada y los valores que se especifican en las declaraciones de la normativa, así como en la información nutricional del etiquetado.

Nº	Mensaje	Tipo de mensaje
1	<i>Con cereales integrales</i>	
2	Marca del producto CHOCAPIC	
3	CALCIO	
4	<i>NUEVA RECETA ¡Gran sabor!</i>	
5	Perro con cuchara en la mano, lengua fuera y pulgar hacia arriba	
6	Cuenco de cereales chocolateados con leche visible en el filo	
7	Símbolo del trigo	
8	Símbolos de nutrientes	
9	<i>Menos de 9g de azúcar por ración</i>	
10	<i>Los cereales integrales son una parte importante de una dieta equilibrada. Por eso los cereales para el desayuno Nestlé están hechos con cereales integrales.</i>	
11	<i>Una buena forma de empezar el día</i>	
12	<i>Buenas noticias... los deliciosos Chocapic tienen un nuevo y gran sabor a chocolate</i>	
13	<i>Ahora con Vitamina D en cada crujiente mordisco.</i>	
14	<i>Visítanos en www.cerealesnetle.com para saber más sobre las novedades de Chocapic y el compromiso Nestlé.</i>	
15	<i>¡Calcio + ahora Vitamina D!</i>	
16	<i>Ambos elementos son necesarios para el mantenimiento de unos huesos en desarrollo y crecimiento.</i>	
17	<i>La vitamina D ayuda a la absorción y utilización normal del calcio. Una ración de 50g de Chocapic es una buena fuente de estos nutrientes ya que proporciona el 60% de la ingesta diaria recomendada.</i>	
18	<i>Disfruta Chocapic como parte de una dieta variada...</i>	
19	<i>... y equilibrada y un estilo de vida saludable.</i>	
20	<i>¿Por qué no pruebas una de nuestras divertidas actividades hoy?</i>	
21	<i>Está hechos con cereales integrales</i>	
22	Tres cajas de cereales Nestlé diferentes a Chocapic	
23	Dibujo de espigas doradas rodeando mensajes 13 y 14.	
24	Símbolo de la Asociación Española de Pediatría (AEP) y del trigo con la frase Con cereales integrales	

25	Imagen de niño sonriente que sostiene la pancarta con los mensajes 13, 15, 17, 16, 19, 29, 18, 28, 30.	
26	Dibujo de un hueso con el símbolo Ca (calcio).	
27	Dibujo del sol con el símbolo D (Vitamina D) dentro.	
28	Dibujo de distintas actividades: fútbol, bailar, saltar a la comba, baloncesto.	
29	<i>Contiene menos de 5g de azúcar y son una buena fuente de calcio.</i>	
30	<i>Sabías que...</i>	
31	<i>Todo esto con el delicioso sabor que tus hijos adoran.</i>	
32	Información nutricional por 30g + 125 g de leche semidesnatada.	
33	Información nutricional por 100g	
34	%CDR	
35	%CDR	
35	%CDR	

Tabla 1. Cuestionario con los mensajes a analizar del envase alimentario.

4.3. FORMANDO A FORMADORES. SESIÓN 3

Como se ha comentado, la formación del profesorado es esencial para poder hacer frente a los nuevos retos que se les plantean en el aula. La colaboración de los dietistas nutricionistas y el profesorado es esencial. Por otro lado, estos profesionales no suelen estar en contacto con la población escolar, ni suelen actuar conjuntamente con el profesorado. Además, suele ser un grado con una alta carga de contenido teórico y escasa formación práctica, generándose profesionales con una visión sesgada en sus funciones y en su capacidad comunicativa.



Figura 4. Alumnos del grado educación primaria resolviendo dudas a una compañera del grado de nutrición humana sobre publicidad y etiquetado nutricional.

Aunque los alumnos de todos los grados tuvieron dificultades para realizar buenos argumentos, los estudiantes de NHD son los que presentaron más facilidad a la hora de extraer datos y conclusiones. Forzarlos a resolver dudas de estudiantes de otros grados con menor conocimiento científico, los obligó a generar un discurso más elaborado para justificar sus argumentos. Por otro lado, los estudiantes de EP y EI tuvieron que esforzarse en buscar los datos que apoyaban las conclusiones que transmitían a sus compañeros y así poder resolver dudas.

5. CONSIDERACIONES FINALES

En general, la colaboración entre los estudiantes de diferentes grados se ve favorecida al complementarse sus capacidades argumentativas, y encontrarse en la necesidad de solicitar y transmitir una conclusión. Si bien es necesario trabajar este tipo de actividades a lo largo del curso académico, mostrar al estudiantado los tres componentes básicos de la argumentación mejoró

sustancialmente sus discursos. El propio alumnado transmitió su satisfacción a la hora de trabajar en la propuesta, solicitando hacer más a lo largo del curso, especialmente con compañeros de otros grados, ya que los obligaban a esforzarse y a ser más cuidadosos en la búsqueda de datos y en la elaboración de sus justificaciones.

La aplicación de esta propuesta en el alumnado de educación secundaria permitiría, junto a su formación en EA, favorecer también el trabajo con la argumentación en ciencias, una competencia a desarrollar desde el campo de la didáctica de las ciencias.

6. REFERENCIAS

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DIETISTAS-NUTRICIONISTAS (2003): *Perfil de las Competencias del Titulado Universitario en Nutrición Humana y Dietética: Documento de Consenso*. España. Asociación Española de Dietistas-Nutricionistas.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN. (s.f.)
Ministerio de Consumo.
<aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/subseccion/material_didactico_profesores.htm>. [Consulta: julio 2020]

DE SANTIAGO, J.L. (2012): «Cambios en el consumo de fruta y verdura en estudiantes de 2º de ESO tras seguir un programa de educación nutricional». *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*, 3(17), pp. 114-119.

EZQUERRA, Á.; FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, B. (2014): «Análisis del contenido científico de la publicidad en la prensa escrita». *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 11(3), pp. 275-289.

GIRÓN GAMBERO, J.R. (2017): *Estudios sobre el tratamiento de la publicidad de productos alimentarios en la Enseñanza de las Ciencias*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga.

GIRÓN GAMBERO, J.R.; BLANCO LÓPEZ, Á.; LUPIÓN COBOS, T. (2014): «Uso de la publicidad de un producto alimenticio para aprender un modelo sobre las defensas en el intestino humano. Un estudio en 3º de ESO». *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 12(2), pp. 278-293.

LIMA, M., y otros (2019): «Can front-of-pack nutrition labeling influence children's emotional associations with unhealthy food products? An experiment using emoji». *Food research international*, 120, pp. 217-225.

LÓPEZ NOMDEDEU C. (2001): «Información y educación nutricional y sus repercusiones sobre hábitos alimentarios de los españoles». *Revista de Nutrición Práctica*, 1(5), pp. 54-59.

«Reglamento (CE) 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos». *DOUE-L-2006-82775* (30 diciembre 2006), núm. 404.

«Reglamento (UE) 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor». *DOUE-L-2011-32011R1169* (22 noviembre 2011), núm. 304.

«Reglamento (UE) No 116/2010 de la comisión de 9 de febrero de 2010 por el que se modifica el Reglamento (CE) no 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo relativo a la lista de declaraciones nutricionales». *DOUE-L-2010-80235* (10 febrero 2010), núm. 37.

- REYES PEDRAZA, M.E.; GARCÍA GONZÁLEZ, J.; TÉLLEZ CASTILLA, M.D. (2017):
«Impacto de la publicidad en los hábitos alimenticios en los niños». *Revista Española de Comunicación en Salud*. Suplemento, (2), pp. 49-50.
- ROMERO LÓPEZ, M.C.; RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, A.; CÁRDENAS, M. (2019):
«Indagando sobre higiene alimentaria en educación primaria. Intervención educativa en un ambiente transcultural». En DALAUH, R.; GONZÁLEZ JIMÉNEZ, A.J.; AYALA ALMÉCIJA, P. (Ed.) *Re-Inventando la Investigación en Salud y Educación para una Sociedad Transcultural: Propuestas de Acción* pp. 181-192. Editorial Universidad de Almería.
- ROSALES RICARDO, Y., y otros (2017): «Hacia una educación alimentaria correcta en docentes. Una revisión». *CienciAmérica*, 6(3), pp. 165-169.
- VÍLCHEZ GONZÁLEZ, J.M.; ROMERO LÓPEZ, M.C.; GONZÁLEZ GARCÍA, F. (2015):
«Científicamente demostrado... por el momento». *Alambique: Didáctica de las Ciencias Experimentales*, 81, pp. 17-24.

Anexo I

Los tipos de mensajes que podemos encontrar en un envase alimentario son:

Información nutricional (IN): información referida al valor energético y determinados nutrientes (grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal).

Declaración: cualquier mensaje o representación, incluida cualquier forma de representación pictórica, gráfica o simbólica, que afirme, sugiera o dé a entender que un alimento posee unas características específicas –Reglamento (CE) 1924/2006, Reglamento (UE) 116/2010–. Hay dos tipos de declaraciones:

- **Declaración saludable (DS):** cualquier declaración que afirme, sugiera o dé a entender que existe una relación entre una categoría de alimentos, un alimento o uno de sus constituyentes, y la salud.
- **Declaración nutricional (DN):** cualquier declaración que afirme o dé a entender que un alimento posee propiedades nutricionales beneficiosas relacionadas con el valor calórico o a los nutrientes o sustancias que contiene («Fuente de calcio», etc.).

Publicidad (P): toda información, dibujo, etc. que no venga recogido dentro de las tres definiciones anteriores.

Las declaraciones nutricionales autorizadas que podemos encontrar son:

<ul style="list-style-type: none">● Bajo valor energético● Valor energético reducido● Sin aporte energético● Bajo/sin contenido de grasa● Bajo/ sin contenido de grasas saturadas● Bajo /sin contenido de azúcares● Sin azúcares añadidos● Bajo/ muy bajo/ sin contenido de sodio/sal	<ul style="list-style-type: none">● Contiene [nombre del nutriente u otra sustancia]● Mayor contenido de [nombre del nutriente]● Contenido reducido de [nombre del nutriente]● <i>Light/lite</i> (ligero)● Naturalmente/ natural● Fuente de ácidos grasos omega-3
--	--

<ul style="list-style-type: none">● Fuente de fibra● Alto contenido de fibra● Fuente de proteínas● Alto contenido de proteínas Fuente de [nombre de las vitaminas] y/o [nombre de los minerales]● Alto contenido de [nombre de las vitaminas] y/o [nombre de los minerales]	<ul style="list-style-type: none">● Alto contenido de ácidos grasos omega-3● Alto contenido de grasas monoinsaturadas● Alto contenido de grasas poliinsaturadas● Alto contenido de grasas insaturadas
---	--