

## ¿Cuánta información debe incluirse en la etiqueta principal de los envases de alimentos?

La encefalopatía espongiforme bovina, conocida como “enfermedad de las vacas locas”, y los adelantos en biotecnología han despertado un gran interés mundial en los métodos de procesamiento y en el contenido nutricional de los alimentos, así como en la información que debe aparecer en las etiquetas de los envases. Como resultado, en Europa y Asia se han establecido leyes sobre la rotulación de los alimentos y el tema se ha debatido ampliamente en la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos de América. Las discusiones se centran en torno a la influencia que la cantidad y el tipo de información en las etiquetas pueda tener en los consumidores. ¿Cuál es la forma más eficaz de indicar los beneficios o riesgos de consumir algún alimento en particular? Sobre la base de algunas investigaciones, hay quienes afirman que el exceso de información nutricional puede reducir la capacidad para formarse una opinión válida de los productos. Otros investigadores piensan que mientras más información tenga el consumidor, más dispuesto estará a comprarlos. Con un estudio llevado a cabo en 2004, se trató de determinar la información que debe incluirse en la etiqueta principal para persuadir a los consumidores a comprar un producto: una extensa declaración sobre sus ventajas para la salud o algo más corto y fácil de comprender combinado con datos más completos al dorso.

Para el estudio, se modificó el envoltorio de hamburguesas de soya. Un diseño presentaba información nutricional completa en letras negras dentro de un recuadro amarillo claro situado al extremo superior derecho del paquete. Otro diseño presentaba un mensaje similar pero más breve en el mismo lugar. El mensaje corto decía “La proteína de soya puede reducir el riesgo de enfermedades del corazón”. El largo indicaba “El consumo diario de 25 g de proteína de soya como parte de una dieta con bajo contenido de grasa saturada y colesterol puede reducir el riesgo de enfermedades del corazón”. Ambos paquetes tenían idéntica información nutricional más extensa al dorso, la cual comprendía el mensaje más largo, más la frase “Una porción de la hamburguesa Harvest suministra 25 g de proteína de soya”. En el experimento participaron 118 clientes de una tienda de comestibles (63% mujeres), con una mediana de edad de 31,2 años, a quienes se les pidió que cooperaran en la evaluación de un nuevo producto. A cada participante se le entregó uno de los dos tipos de paquetes elegido aleatoriamente. Después de permitir que lo examinara de 10 a 40 segundos, se le pidió que anotara su impresión sobre el producto y que evaluara una serie de declaracio-

nes indicando si estaba de acuerdo con lo que decía o no según una escala de 9 puntos (1 = muy en desacuerdo; 9 = muy de acuerdo). Los comentarios se codificaron como *específicos* si se relacionaban con atributos declarados del producto, como “ayuda a reducir las enfermedades del corazón” o “contiene 20 g de soya”, y *generales* si constituían una evaluación sumaria como “parece bueno” o “lo voy a probar”. Los codificadores ignoraban el propósito del estudio. Como resultado, los paquetes en los que destacaba el mensaje corto generaron opiniones más específicas y favorables sobre el producto en cuanto a sus beneficios para la salud, atractivo y bajo contenido de grasas saturadas que los que ostentaban mensajes más largos, los cuales provocaron comentarios más generales.

Hoy día la rotulación de los paquetes de comestibles interesa tanto a las personas que cuidan de su dieta como a los encargados de las políticas alimentarias. Puesto que muchas personas examinan solamente la etiqueta principal de los productos antes de comprarlos, es importante verificar los efectos de los mensajes cortos frente a los largos en aras de educar a los consumidores para que controlen mejor su alimentación y su salud. Si bien la información sobre las hamburguesas de soya se centraba en los beneficios de un solo ingrediente, los resultados de este estudio pueden generalizarse a otros ingredientes, macronutrientes y métodos de preparación. Por supuesto, aunque se opte por mensajes cortos al frente del paquete, es indispensable incluir el resto de la información pertinente al dorso o a los lados. (Wansink B, Sonka ST, Hasler CM. Front-label health claims: when less is more. *Food Pol.* 2004;29: 659–67.)

## Reevaluación e hipótesis unificada de la hormonoterapia posmenopáusica

Las fracturas y las cardiopatías coronarias causan 250 000 muertes anuales en mujeres posmenopáusicas. Hasta el decenio de 1990 se confiaba en los efectos preventivos de la hormonoterapia reconstitutiva (HTR), pero las investigaciones realizadas por el programa *Women’s Health Initiative* (WHI) arrojaron resultados conflictivos que pusieron en duda sus presuntas ventajas. Posteriormente se diseminaron fuertes advertencias contra la HTR. Con la publicidad y repetidos análisis de los resultados de los ensayos clínicos y otras pruebas de la WHI —estrógeno más progesterona, estrógeno solo y estudios observacionales— se ha hecho necesario reevaluar la HTR. Tras un minucioso examen de la literatura, dos investigadores generaron una hipótesis unificada que incorpora las diferentes conclusiones. Ellos reconocen tres procesos que podrían