

## ¿Cómo influye el entorno alimentario en nuestras elecciones de alimentos?



Dave Van Kann

Profesor 'Aprende a moverte dentro y alrededor de las escuelas' en la Universidad de Ciencias Aplicadas de Fontys en los Países Bajos, escuela de Estudios del Deporte.

Dave Van Kann profesor de investigación en la Universidad de Ciencias Aplicadas de Fontys, en los Países Bajos. Su experiencia en investigación se centra en la creación de entornos de apoyo para un estilo de vida saludable, especialmente para los niños. Es / fue líder de proyectos de múltiples estudios de intervención dirigidos al comportamiento nutricional y la actividad física de los niños, en los que traducir la evidencia empírica en la práctica es un objetivo principal. Además, participa en múltiples proyectos de investigación que estudian los efectos de las influencias ambientales en los comportamientos de salud mediante el uso de medidas objetivas, como la acelerometría y el GPS. Además, es jefe académico de un programa de maestría en la Universidad de Ciencias Aplicadas de Fontys (Master Sports and Physical Education).

### ¡Lo que ves es lo que obtienes!

Una simple frase que refleja perfectamente la realidad cuando se trata de la accesibilidad de productos alimenticios (no) saludables en relación con los comportamientos de salud. El entorno del hogar, las escuelas, los vecindarios y las comunidades más amplias, brindan acceso a opciones de alimentos, mientras que el «entorno del medios de comunicación» nos guía hacia estas elecciones. Mirar el entorno alimentario en su conjunto en lugar de entornos «aislados» es crucial y cruzar las fronteras es clave para crear entornos alimentarios que permitan a las personas aumentar su ingesta de frutas y verduras y reducir su ingesta de productos poco saludables.

En este número de The Global Fruit & Veg Newsletter se destacan tres artículos muy relevantes.

- En su revisión, Folkvord tuvo como objetivo reforzar el mensaje de cómo los niños y adolescentes reaccionan a las promociones de alimentos y cómo los esfuerzos de promoción de alimentos podrían ser una herramienta útil para aumentar el atractivo de las frutas y verduras, con el fin de cambiar nuestro entorno alimentario de un entorno obesogénico a un entorno más saludable.
- Kegler señaló claramente la importancia de la disponibilidad y accesibilidad de frutas y verduras en el entorno doméstico. Un mayor acceso está relacionado con el aumento del consumo de estos productos.
- Finalmente, Matsuzaki se centró en el entorno de la alimentación escolar. Indicaron que el acceso a productos alimenticios poco saludables en el entorno escolar más amplio, por ejemplo, el acceso a los puntos de venta de comida rápida, se asocia con una mayor prevalencia de obesidad entre los estudiantes.

Disfrute de la lectura, aproveche los resultados de estos estudios y hagamos que las opciones saludables sean accesibles para todos.

# Influencia para el bien: El consumo de frutas y verduras podría mejorar la ingesta de alimentos de los niños y revertir el entorno alimentario obesogénico

Frans Folkvord<sup>1</sup>, Anna Coates<sup>2</sup>, Emma Boyland<sup>2</sup> and Brigitte Naderer<sup>3</sup>

1. Tilburg School of Humanities and Digital Sciences, Tilburg University, Países Bajos, Open Evidence Research, Barcelona, España/ Milán, Italia, y PredictBy, Barcelona, ESPAÑA

2. Departamento de Psicología y Cronología, Instituto de Salud de la Población, Universidad de Liverpool, Liverpool, REINO UNIDO

3. Departamento de Medios y Comunicación, Ludwig-Maximilians-University Munich, Munich, ALEMANIA

*El entorno de los niños está lleno de representaciones de productos alimenticios poco saludables y densos en energía, que tienen efectos nocivos en el comportamiento alimentario de los niños. (Además, creciente evidencia sugiere que cuando la comida se muestra positivamente en la publicidad, entonces es significativamente más probable que este producto sea un alimento no básico y poco saludable, en comparación con una fruta o verdura. Hoy en día, se ha descubierto que los videos de YouTube de personas influyentes, que son extremadamente populares entre los jóvenes, a menudo presentan y dan señales sobre alimentos poco saludables, descritas positivamente con referencia a contextos sociales. Como consecuencia, la mayoría de los niños en todo el mundo no consumen la cantidad recomendada de frutas y verduras. (Folkvord, 2016; Macdonald, 2019).*

El objetivo principal de esta revisión es reforzar el mensaje de cómo reaccionan los niños y adolescentes a las promociones de alimentos y cómo los esfuerzos de promoción de alimentos podrían ser una herramienta útil para aumentar el atractivo de las frutas y verduras, con el fin de cambiar nuestro entorno alimentario de un entorno obesogénico a un entorno saludable.

## Los productos ricos en grasa, azúcar y sal representan el 65-80% de toda la comercialización de alimentos

Existe amplia evidencia de que la presentación de alimentos poco saludables está relacionada con las elecciones de alimentos poco saludables de los niños y adolescentes. En particular, los niños pequeños y los adolescentes pueden ser vulnerables a los efectos negativos a largo plazo de la promoción de alimentos poco saludables, ya que están expuestos a amplios esfuerzos de marketing en las redes sociales y generalmente no están amparados por los esfuerzos regulatorios. Los alimentos poco saludables tienen propiedades intrínsecamente gratificantes más altas que los hacen más «deseados» y «queridos» que las frutas y verduras, lo que induce un comportamiento alimenticio poco saludable entre los niños y reduce su ingesta de alimentos más saludables. Además, la promoción de alimentos poco saludables es omnipresente y aumenta el valor gratificante de estos alimentos. Los estudios encontraron consistentemente que los productos ricos en grasa, azúcar y sal (HFSS) eran el principal tipo de productos anunciados en los medios de comunicación populares entre los niños. Según los análisis de contenido, los productos HFSS representan el 65-80% de todo el marketing de alimentos en los medios digitales (incluidas las redes sociales), que actualmente son los medios preferidos de los niños. Además, los estudios han indicado que la mayoría de los alimentos promovidos por personas influyentes se clasifican como poco saludables, y que este marketing afecta significativamente el consumo de alimentos de los jóvenes. La Organización Mundial de la Salud afirma que las estrategias de promoción utilizadas en la comercialización generalizada

y persuasiva de los alimentos HFSS contribuyen significativamente a la crisis de obesidad infantil (OMS, 2019).

## Promover el consumo de frutas y verduras podría mejorar su ingesta entre los niños

Una cantidad limitada de investigaciones sugiere que es un desafío aumentar la ingesta de frutas y verduras entre los niños, especialmente a largo plazo. Los alimentos y las verduras son menos intrínsecamente gratificantes que los alimentos HFSS, teniendo en cuenta la reactividad fisiológica automática (por ejemplo, saliva, aumento de la activación en áreas del cerebro relacionadas con los sistemas de recompensa y motivación alimentaria) y psicológica (por ejemplo, antojo, hambre, gusto y deseo) que inducen los alimentos HFSS. Además, la industria alimentaria utiliza publicidad incesante, sofisticada y personalizada para aumentar efectivamente el valor hedónico y gratificante de los alimentos HFSS al modificar actitudes, emociones, intenciones y, en última instancia, el comportamiento de consumo, mientras que faltan estrategias para promover frutas y verduras. Sin embargo, varios estudios han demostrado que la exposición a frutas y verduras puede ser estimulada simplemente exponiendo a los niños a una edad muy temprana.

Por lo tanto, existe una necesidad urgente de probar sistemáticamente métodos novedosos y efectivos para hacer que las frutas y verduras sean más atractivas y aumentar la ingesta entre los niños a través de la influencia para el bien con el fin de mejorar el comportamiento alimentario de los niños. Si bien hay muchas estrategias involucradas en hacerlas deseables para los niños, por ejemplo, programas de alfabetización en salud en las escuelas, o estrategias de comunicación y prácticas de alimentación de los padres, a menudo se cita un enfoque de sistemas completos como fundamental para crear un entorno en el que la elección saludable sea la opción fácil. Si bien el entorno personal y, por lo tanto, las prácticas familiares, son cruciales para la socialización de un entorno que promueva la salud, esta es un área en la que es difícil intervenir directamente.

## Creando un mundo donde la elección saludable sea la más fácil

Se necesitan intervenciones de la esfera pública para crear un entorno que promueva la salud y que también afecte al espacio privado. Por ejemplo, además de la prohibición de la comercialización de alimentos poco saludables, se necesitan intervenciones radicales sobre el precio, la composición del producto, el etiquetado y la disponibilidad de comida chatarra para ver un impacto. Recientemente, la pandemia de COVID-19 ha puesto de relieve la importancia de un entorno alimentario saludable. El actual sistema alimentario globalizado no puede promover de manera sostenible a las personas sanas y un planeta saludable sin que se implementen acciones significativas.

## MENSAJES CLAVE

- Reducir la comercialización de bocadillos densos en energía para los niños y aumentar la promoción de alimentos más saludables, como frutas y verduras, puede ser un instrumento efectivo y necesario para mejorar la ingesta dietética de los niños y reducir el riesgo de que experimenten algunas enfermedades crónicas más adelante en la vida.
- Cambiar el entorno publicitario y mediático de los niños y adolescentes podría ayudar a crear un mundo en el que la elección saludable sea la opción más fácil, lo que reduciría la obesidad infantil y mejoraría la salud de los niños, así como contribuiría a hacer que el sistema alimentario sea más sostenible.



Basado en: Folkvord, F., Naderer, B., Coates, A., & Boyland, E. (2022). Promoting Fruit and Vegetable Consumption for Childhood Obesity Prevention. *Nutrients*, 14(1), 157.

## Referencias:

- Folkvord, F., et al. (2016). Food advertising and eating behavior in children. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 9, 26-31.
- Matthes, J.; Naderer, B. Sugary, fatty, and prominent: Food and beverage appearances in children's movies from 1991 to 2015. *Pediatric Obes.* 2019, 14, e12488.

# Asociaciones entre el entorno alimentario en el hogar y el sobrepeso/obesidad entre los adultos estadounidenses

Michelle C. Kegler

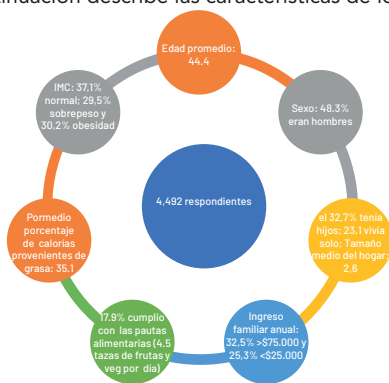
Centro de Investigación de Prevención de Emory, Escuela Rollins de Salud Pública, Universidad de Emory, EE. UU.

Las pautas dietéticas de los Estados Unidos no son cumplidas por la mayoría de los estadounidenses, lo que hace que la identificación de palancas para mejorar la dieta sea una prioridad de salud pública. (USDA, 2020). Con la mayoría de las comidas consumidas en casa, aunque esta proporción ha disminuido en las últimas décadas, el hogar se considera un entorno inmediato que puede influir en el comportamiento alimentario de los estadounidenses. (Lin, 2012). Varios estudios han examinado uno o dos aspectos del entorno alimentario, como la disponibilidad de alimentos o la frecuencia de las comidas familiares compartidas. (Bruening, 2017; Rápido, 2017; Beca, 2017; Botella, 2018), pero pocos han analizado el conjunto completo de características del entorno del hogar y su posible asociación con el peso y la calidad de la dieta.

Por lo tanto, el siguiente estudio examina la asociación entre once dimensiones del entorno alimentario del hogar (ver metodología) entre una muestra nacional de adultos estadounidenses y la calidad de la dieta y el sobrepeso / obesidad.

## Características de los encuestados

La Figura 1 a continuación describe las características de los encuestados.



## Una disponibilidad más diversa de frutas y verduras se asoció con una mayor probabilidad de cumplir con las pautas recomendadas de ingesta de frutas y verduras y menores probabilidades de sobrepeso / obesidad

Los resultados informaron una asociación entre siete de las 11 características del entorno alimentario del hogar con el cumplimiento de las pautas nacionales

para la ingesta de frutas y verduras y solo dos se asociaron directamente con el sobrepeso / obesidad.

Una mayor variedad de frutas y verduras disponibles en el hogar se asoció con una mayor probabilidad de cumplir con las pautas recomendadas de ingesta de frutas y verduras. También se asoció con menores probabilidades de sobrepeso / obesidad. Estos hallazgos son consistentes con otros estudios que muestran asociaciones entre el inventario de frutas y verduras y su ingesta entre los niños (Callender, 2017; Bryant, 2011; Ding, 2012) y adultos (Gichunge, 2016). La frecuencia de compra de frutas también se asoció con la ingesta de frutas y verduras.

Sin embargo, sorprendentemente, los resultados mostraron que una mayor variedad de frutas y verduras disponibles en el hogar se asoció con un mayor porcentaje de energía de la grasa.

Otros componentes del inventario de alimentos caseros, como la disponibilidad de bocadillos / dulces salados y bebidas menos saludables, se asociaron con un mayor nivel de porcentaje de calorías de la grasa y, sorprendentemente, los bocadillos salados se asociaron con una mayor probabilidad de cumplir con la ingesta de frutas y verduras.

## La colocación de alimentos y la preparación de comidas más saludables se asociaron con una disminución porcentual de calorías de grasa y una mayor probabilidad de cumplir con las pautas nacionales de frutas y verduras

La colocación de alimentos se estimó preguntando a los participantes con qué frecuencia las frutas, verduras y bocadillos altos en calorías se mantienen en un lugar donde se ven y alcanzan fácilmente (escala de 5 puntos de nunca a casi siempre). Según este estudio, esta característica se asoció con una disminución del porcentaje de calorías de la grasa y una mayor probabilidad de cumplir con las pautas nacionales de frutas y verduras.

Además, una preparación de comidas más saludable, pero también una mayor frecuencia de alimentos de restaurante para comidas familiares, se asociaron con una mayor probabilidad de cumplir con las pautas de ingesta de frutas y verduras. Una preparación de comidas más saludable también se asoció con un menor nivel de energía de la grasa, mientras que la alimentación regular para las comidas familiares se asoció con un mayor porcentaje de energía de la grasa.

Finalmente, comer comidas y refrigerios familiares con el televisor encendido se asoció con un aumento porcentual de la ingesta de grasa y probabilidades de sobrepeso / obesidad.

## MENSAJES CLAVE

- Numerosas dimensiones del entorno alimentario del hogar, incluida la disponibilidad y variedad de alimentos y bebidas, la colocación de alimentos, la preparación de comidas, la frecuencia de las compras, el servicio de comidas en restaurantes y las prácticas de televisión y alimentación, se asociaron con la calidad de la dieta.
- Una mayor diversidad de frutas y verduras se asoció con menores probabilidades de sobrepeso / obesidad, mientras que una alimentación familiar más frecuente mientras se mira televisión se asoció con un aumento de las probabilidades.
- Apuntar a estas dimensiones del entorno alimentario del hogar puede ser un enfoque prometedor para futuras investigaciones de intervención.

## METODOLOGÍA

- Una muestra nacional de adultos estadounidenses de entre 18 y 75 años de edad fue reclutada de un panel de encuestas en línea.
- En este estudio transversal, los participantes (n = 4.942) informaron sobre las siguientes once dimensiones del entorno alimentario del hogar:
  - o alimentos disponibles en el hogar, incluyendo frutas y verduras, bocadillos / dulces salados y bebidas menos saludables,
  - o colocación de alimentos,
  - o prácticas de compra de frutas y verduras,
  - o preparación de alimentos,
  - o métodos de control de porciones,
  - o comidas familiares de restaurantes,
  - o prácticas familiares en el hogar en torno a la televisión y la alimentación,
  - o presencia de un televisor en el comedor,
  - o propiedad de una báscula.
- También se evaluaron la altura y el peso autoinformados, la ingesta de frutas y verduras y el porcentaje de calorías de la grasa.

Basado en: Kegler MC, Hermstad A, Haardörfer R. Home food environment and associations with weight and diet among U.S. adults: a cross-sectional study. BMC Public Health. 2021;21(1):1032.

## Referencias:

- U.S. Department of Agriculture and U.S. Department of Health and Human Services. Dietary Guidelines for Americans, 2020-2025. 9th Edition. December 2020. Available at DietaryGuidelines.gov.
- Lin B-H, Guthrie J. Nutritional quality of food prepared at home and away from home, 1977-2008. Washington D.C: U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service; 2012.
- Bruening M, et al. Public Health Nurs. 2017;34(3):219-28.
- Quick V, et al. Nutrients. 2017;9(6):604.
- Grant E, et al. Asia Pac J Clin Nutr. 2017;26(3):524-30.
- Chai W, et al. J Acad Nutr Diet. 2018;118(5):815-23.
- Callender C, et al. The baseline characteristics of parents and African American girls in an online obesity prevention program: a feasibility study. Prev Med Rep. 2017;7:110-5.
- Bryant M, et al.
- J Am Diet Assoc. 2011;111(10):1491-7.
- Ding D, et al. J Nutr Educ Behav. 2012;44(6):634-8.
- Gichunge C, et al. Int J Environ Res Public Health. 2016;13(1):137.

# Ambiente alimentario cerca de la escuela y peso corporal por subgrupos demográficos y socioeconómicos

Con más de 340 millones de niños y adolescentes con sobrepeso u obesidad en 2016 (OMS, 2021), la obesidad infantil se ha convertido en una crisis de salud pública en todo el mundo. Los niños que sufren de obesidad son más propensos a desarrollar una variedad de problemas de salud como adultos, como enfermedades cardiovasculares, resistencia a la insulina, trastornos musculoesqueléticos, algunos tipos de cáncer, discapacidad, y trastornos mentales. Numerosos estudios han destacado el papel de los entornos alimentarios cercanos a las escuelas en el comportamiento alimentario, la configuración de la dieta de los niños y su peso corporal. Una revisión sistemática previa informó asociaciones entre la presencia de locales de comida rápida cerca de las escuelas y la obesidad infantil, pero las asociaciones por raza/etnia, género y nivel de ingresos no han sido previamente s (Williams, 201 años4).

Por lo tanto, esta revisión evaluó la evidencia existente sobre las asociaciones entre los entornos alimentarios (examinando la presencia de puntos de venta de comida rápida, tiendas de conveniencia, supermercados y tiendas de comestibles) cerca de las escuelas y la obesidad por subgrupos demográficos y socioeconómicos.

## Los establecimientos de comida rápida cerca de las escuelas se asociaron con la obesidad entre los estudiantes latinos y en todos los grados escolares

Los establecimientos de comida rápida se examinaron en su mayoría con doce estudios que informaron resultados sobre su disponibilidad cerca de las escuelas y estatus de peso corporal.

Hubo evidencia consistente de asociaciones positivas entre una mayor disponibilidad de puntos de venta de alimentos cerca de las escuelas y la obesidad entre los estudiantes latinos con tres estudios que informaron evidencia clara (Currie, 2010; Grier, 2013; Sánchez, 2012). Para otros grupos raciales/étnicos (afroamericanos, blancos y asiáticos), las magnitudes, las direcciones de los efectos y las fortalezas de la evidencia fueron menos consistentes. Por ejemplo, entre los estudiantes blancos, dos estudios mostraron evidencia débil a moderada de asociación positiva (Currie, 2010; Sánchez, 2012), mientras que un estudio mostró una asociación negativa entre la distancia a los puntos de venta de comida rápida y estatus de peso (Grier, 2013).

Las asociaciones positivas también fueron consistentes entre los entornos alimentarios obesogénicos cerca de las escuelas y el estatus de peso entre los estudiantes en todos los grados escolares, aunque las fortalezas de la evidencia variaron. Se podrían observar efectos especialmente grandes en los niños de los grados más jóvenes.

En el análisis estratificado por género, hubo alguna variación en la evidencia de asociación entre los establecimientos de comida rápida cerca de las escuelas y el estatus de peso. Dos estudios de California encontraron una asociación positiva tanto para niños como para niñas (Currie, 2010; Sánchez, 2012), un estudio de Taiwán vio evidencia más fuerte para los niños, mientras que un estudio de Corea mostró evidencia más fuerte para las niñas (Park, 2013; Chiang, 2011).

Cuando se estratifica por nivel socioeconómico, algunas pruebas sugieren mayores asociaciones positivas entre los entornos alimentarios cerca de las escuelas y la obesidad entre los niños y los vecindarios escolares con un nivel socioeconómico más bajo.

## Las tiendas de conveniencia cerca de las escuelas se asociaron con la obesidad entre los estudiantes latinos y afroamericanos

Ocho estudios investigaron la disponibilidad de tiendas de conveniencia cerca de las escuelas y el estatus de peso. Tres estudios informaron asociaciones generalmente positivas entre las tiendas de conveniencia y la obesidad entre los estudiantes latinos y afroamericanos (Langellier, 2012; Powell, 2007; Sánchez, 2012), mientras que se observaron asociaciones mixtas entre los niños blancos y asiáticos. Con respecto a las asociaciones por grados escolares, con una evidencia débil se informó que una mayor disponibilidad de tiendas de conveniencia dentro de un radio de 0.5 millas de una escuela se asoció con una mayor prevalencia de sobrepeso / obesidad entre los estudiantes de 5° y 7° grado, mientras que no se observó evidencia clara de asociación entre los estudiantes de 9° grado (Powell, 2007).

## Los supermercados y las tiendas de abarrotes fueron estudiados con menos frecuencia

Un conjunto más pequeño de estudios examinó las influencias de las tiendas de comestibles (n = 3) (Park, 2013; Powell, 2007; Harrison, 2011) y supermercados (n=3) (Powell, 2007; Leatherdale, 2011; Williams, 2015). Según esta revisión, hubo asociaciones negativas entre las tiendas de comestibles / supermercados y el estatus de peso en algunos subgrupos. Sin embargo, muchos menos estudios examinaron tales asociaciones, por lo tanto, la evidencia de asociaciones en estos puntos de venta de alimentos específicos en subgrupos sigue sin estar clara.

Sin embargo, se han realizado estudios longitudinales para comprender mejor los mecanismos causales de los efectos del entorno alimentario cerca de las escuelas sobre el estatus de peso dentro de cada subgrupo.

## MENSAJES CLAVE

- Los puntos de venta de comida rápida fueron los más comúnmente examinados.
- Se observaron asociaciones positivas entre los puntos de venta de comida rápida cerca de las escuelas y la obesidad con evidencia consistente entre los niños latinos, así como entre los niños en todos los niveles de grado, con efectos potencialmente grandes para los niños en los grados más jóvenes.
- Se necesitan estudios adicionales para evaluar si la presencia de supermercados, tiendas de conveniencia y supermercados cerca de la escuela puede influir en la obesidad infantil.

## METODOLOGÍA

- PubMed y Scopus se utilizaron para identificar estudios (en inglés) entre 1980 y 2019 que examinaron la presencia de establecimientos de comida rápida, tiendas de conveniencia, supermercados y tiendas de comestibles cerca de las escuelas y estimaron el sobrepeso / obesidad por raza / etnia, género, grado (escuelas primarias, intermedias o secundarias entre las edades de 6 a 18 años) y nivel de ingresos.
- Se incluyeron doce estudios transversales y dos estudios ecológicos con datos de EE. U S. (nacional, Los Ángeles y Minnesota), Canadá (Ontario), Corea (Seúl), Taiwán (nacional), Finlandia (nacional) e Inglaterra (nacional y condado de Norfolk).
- La versión modificada de la Herramienta de Evaluación de la Calidad para Estudios Observacionales de Cohortes y Transversales del Instituto Nacional del Corazón, los Pulmones y la Sangre se utilizó para evaluar la calidad de los artículos seleccionados.

Basado en: Matsuzaki M, et al. Food environment near schools and body weight-A systematic review of associations by race/ethnicity, gender, grade, and socio-economic factors. *Obes Rev.* 2020;21(4):e12997.

## Referencias:

- WHO, 2021. Obesity and overweight.
- Karnik S, Kanekar A. *Int J Preventive Med.* 2012;3(1):1-7.
- Hofferth SL, Sandberg JF. *J Marriage Fam.* 2001;63(2):295-308.
- Williams J, et al. Obesity reviews. 2014;15(5):359-374.
- Currie J, et al. *Am Econ J-Econ Polic.* 2010;2(3):32-63.
- Park S, et al. *Journal of Adolescent Health.* 2013;53(5):655-662.e12.
- Grier SD. *Journal of Public Policy and Marketing.* 2013;32(1):116-128.
- Sanchez BN, et al. *American journal of epidemiology.* 2012;175(12):1284-1293.
- Chiang PH, et al. *Public health nutrition.* 2011;14(9):1601-1609.
- Langellier BA. *Preventing Chronic Disease.* 2012;9:E61.
- Powell LM, et al. *Advances in Health Economics and Health Services Research.* 2007;17:23-48.
- Leatherdale ST, et al. *International Journal of Public Health.* 2011;56(3):237-246.
- Harrison FJ, et al. *Social Science & Medicine.* 2011;72:1411-1419.
- Williams J, et al. *PLoS ONE.* 2015;10(7).

### Evaluación de un programa de prescripción de frutas y verduras en la comunidad del norte de Manhattan



Investigadores estadounidenses evaluaron la efectividad de una intervención que consiste en prescribir frutas y verduras además del monitoreo nutricional. Casi 250 pacientes que se refirieron a Nutrición en un centro médico en Nueva York entre junio y noviembre de 2019 recibieron productos en Greenmarkets locales para comprar frutas y verduras (\$ 20 para pacientes con inseguridad alimentaria y \$ 10 para otros). La evaluación de esta intervención muestra que las personas con inseguridad alimentaria y las personas con alta hemoglobina A1c utilizaron estas prescripciones más que otras, lo que demuestra que la acción está llegando a su público objetivo. Las principales barreras comunes para usar estas recetas fueron la distancia, la falta de tiempo y el olvido o la pérdida de la receta.

Abel D, et al. *Am J Health Promot.* 2022 Mar 24:8901171221076778.

### Consumo de vegetales crucíferos y múltiples resultados de salud: una revisión general de 41 revisiones sistemáticas y metanálisis de 303 estudios observacionales



Una revisión general (41 metanálisis de 303 estudios individuales, con casi 14 millones de participantes) examinó la evidencia de los beneficios para la salud del consumo de vegetales crucíferos. Su papel se evaluó para 24 resultados de salud, incluidos los cánceres (n = 23), las enfermedades cardiovasculares (n = 12), la mortalidad (n = 5) y las enfermedades metabólicas (n = 1). Según los autores, el consumo de verduras crucíferas se asocia con efectos protectores contra 3 cánceres (estómago, pulmón, endometrio) y mortalidad por todas las causas. Se necesitan más estudios para confirmar estos resultados y analizar los efectos sobre otras patologías.

Li YZ, et al. *Food Funct.* 2022 Mar 30. doi: 10.1039/d1fo03094a.

### ¿Qué hace que las intervenciones dirigidas a mejorar los comportamientos dietéticos sean exitosas en el entorno de la escuela secundaria? Una revisión sistemática de las revisiones sistemáticas



Investigadores en el Reino Unido examinaron sistemáticamente la evidencia de 13 revisiones sistemáticas de intervenciones para mejorar los comportamientos alimentarios y reducir el desperdicio en las escuelas secundarias (de 11 a 18 años) publicadas entre 2000 y 2020. Este trabajo identificó las características clave de las intervenciones para mejorar las elecciones de alimentos de los adolescentes y reducir el desperdicio de alimentos. Los enfoques que parecen ser más relevantes son aquellos que combinan la educación y la reestructuración ambiental, la incorporación de retroalimentación basada en computadoras, los medios de comunicación o la mensajería, la participación de pares y / o padres, un aumento en la disponibilidad de alimentos saludables y el uso de la teoría del comportamiento como un componente central de la intervención. Sin embargo, no se pudieron determinar los tipos de intervenciones que contribuyeron específicamente a una reducción en el consumo de bebidas endulzadas con azúcar o un aumento en el consumo de frutas y verduras.

Capper TE, et al. *Public Health Nutr.* 2022 Mar 31: 1-50.

### Alimentación por estrés: una encuesta en línea sobre comportamientos alimentarios, alimentos reconfortantes y sustitutos de alimentos saludables en adultos alemanes.



Este estudio en línea se realizó durante la pandemia de Covid-19 (2021) entre un panel de adultos alemanes (n = 1,234) para identificar los alimentos consumidos durante el estrés (alimentos reconfortantes), así como los alimentos considerados como alternativas saludables. Casi la mitad de los participantes (80,6% mujeres, edad promedio 31 años, IMC promedio 23,4 kg / m<sup>2</sup>) se identificaron como comedores de estrés. Casi 2 de cada 3 personas informaron haber comido «muy a menudo más de lo habitual» en situaciones de estrés. El chocolate y el café son los productos más consumidos en situaciones de estrés, con un 48% y un 46% de los participantes respectivamente que han declarado consumirlos a menudo o muy a menudo. La fruta fresca fue la más citada como alternativa saludable al chocolate (74%) y las galletas (64%), mientras que el té (sin azúcar añadido) fue el más frecuentemente mencionado como sustituto del café (64%).

Gemesi K, et al. *BMC Public Health.* 2022;22(1):391.

### Calidad de la dieta materna durante el embarazo y su influencia en el bajo peso al nacer y pequeño para la edad gestacional: una cohorte de nacimiento en Beijing, China.



Un estudio de cohorte reciente examinó la calidad dietética de 3.856 mujeres embarazadas y su relación con la prevalencia de bajo peso al nacer y pequeño para la edad gestacional. En los dos primeros trimestres, más del 80% de los participantes tenían ingestas inadecuadas de verduras (87,3% y 86,6%), productos lácteos (95,9% y 96,7%) y mariscos (80,5% y 85,3%), mientras que la ingesta inadecuada de frutas fue mucho mayor en el segundo trimestre (85,2%) que en el primero (22,5%). Después de ajustar por posibles factores de confusión, el consumo de frutas y productos lácteos en el segundo trimestre se asoció con un menor riesgo de bajo peso al nacer y pequeño para la edad gestacional.

Yang W, et al. *Br J Nutr.* 2022 Mar 7: 1-34.