

## ¿Una hora de carrera? Entonces no quiero refresco, prefiero agua

- Disponer de información nutricional fomenta las opciones más saludables

*Cristina G. Lucio* | Madrid

**16/12/2011 13:27 horas**

Beber una lata de refresco azucarado sólo lleva unos minutos. Sin embargo, quemar las 250 calorías que contiene exige casi una hora de carrera. ¿Pensará en estos datos la próxima vez que la sed le lleve a la nevera? Una investigación estadounidense acaba de demostrar que disponer de información clara sobre el aporte energético de las bebidas fomenta el consumo de opciones más saludables entre los adolescentes. Es más, según sus datos, el agua le gana la batalla a néctares y gaseosas **cuando queda claro que los líquidos también pueden engordar.**

"La gente en general subestima el número de calorías de lo que consume", comentan los autores de esta investigación, miembros de la Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health, en las páginas de la revista ['American Journal of Public Health'](#). Por eso decidieron "examinar si **proporcionar información de forma clara y comprensible** sobre la energía era capaz de reducir la compra de determinados productos, como las bebidas azucaradas, entre los adolescentes".

Estos científicos realizaron su experimento en cuatro tiendas de la ciudad de Baltimore (EEUU), que estaban situadas cerca de varios institutos.

Lo primero que hicieron fue medir la cantidad de bebidas azucaradas que los jóvenes de la zona compraban habitualmente y, acto seguido, colocaron distintos carteles informativos junto a la alacena donde se exponían estos productos para evaluar sus efectos.

El primero de ellos informaba sobre el aporte energético que tiene una lata de este tipo - "**¿Sabías que una botella de soda o néctar tienen unas 250 calorías**", señalaba el cartel-. La segunda hacía referencia al porcentaje de las necesidades diarias que se completaban con esta ingesta -"¿Sabías que supone un 10% de tus calorías diarias?"- y, por último, la tercera, hacía hincapié sobre el esfuerzo que implica acabar con este aporte extra -"¿Sabías que quemar una botella de refresco lleva alrededor de 50 minutos de carrera?-."

En total, los investigadores recopilaron datos de unas **1.600 compras de bebidas** realizadas por jóvenes principalmente de raza negra de edades comprendidas entre los 12 y los 18 años.

La evaluación del registro puso de manifiesto que, en general, los tres mensajes conseguían reducir el consumo de bebidas azucaradas e incrementar el de agua. Sin embargo, la información que sin lugar a dudas más impacto tenía era la que reflejaba la cantidad de ejercicio que había que realizar para quemar las calorías de un refresco.

"Proporcionar de esta forma datos claros sobre la cantidad de energía que se consumen, sobre todo si es mostrando la actividad física equivalente, puede ser una estrategia efectiva para reducir la ingesta de calorías a través de las bebidas azucaradas", comentan los investigadores en la revista médica.

En sus conclusiones, estos autores señalan que otras investigaciones sobre este tipo de estrategias han arrojado conclusiones completamente distintas a las suyas. Sin embargo, sugieren que esto puede deberse a que en estos trabajos no siempre se han utilizado mensajes claros para hacer llegar a los participantes lo que supone ingerir determinadas calorías.

"A muchos consumidores no se les da bien interpretar una información calórica en términos absolutos, bien sea porque tienen un bajo nivel formativo general o matemático en particular. Y esto ocurre especialmente en grupos con un estatus socioeconómico bajo", subrayan.

Por eso, es necesario "**explorar las estrategias más efectivas para presentar la información calórica** a los consumidores" de forma que entiendan lo que supone tomar un determinado producto, concluyen.