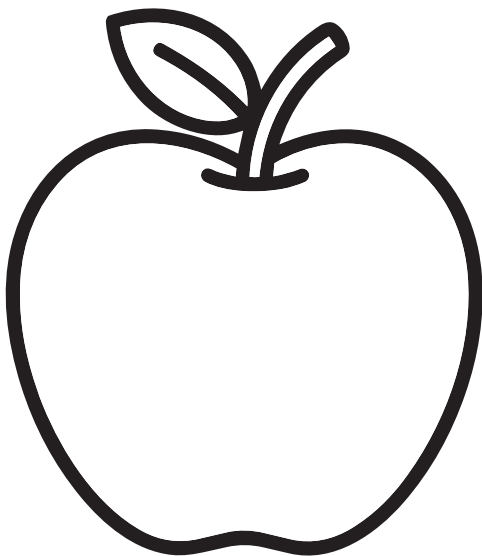


6

UNA COMUNICACIÓN SALUDABLE

Esta investigación busca establecer qué estrategias son las más efectivas para lograr que las madres promuevan el consumo de frutas en sus hijos pequeños



Una madre sabe.
Los hábitos alimenticios que se forman en la infancia acompañan a las personas toda la vida.





Sylvie Pabion Martin / Shutterstock



Conoce el proyecto aquí:

INFORMACIÓN CLAVE

400 gramos

de frutas y verduras (el equivalente a cinco porciones, aproximadamente) es la porción diaria recomendada por la OMS para personas mayores de diez años.

.....

250 gramos

de frutas y verduras (aproximadamente tres porciones) es la ración diaria recomendada por la OMS para niños entre los dos y los cinco años.

.....

69,9 %

de los adultos en el Perú padece exceso de peso, sobrepeso u obesidad.

La importancia del mensaje.

Peter Busse (primero de la izquierda) lleva años estudiando cómo la comunicación puede promover una alimentación más saludable en la infancia.

Entre una fruta que hay que lavar, pelar o cortar y un producto listo para abrir y servir, la balanza no siempre se inclina hacia lo más saludable. Es un dilema cotidiano en el que la fruta lleva la desventaja frente a la practicidad, el sabor dulce y la publicidad que hacen más atractivos los jugos, las galletas y los *snacks* procesados. En esa pequeña decisión, sin embargo, se juega algo más grande: los hábitos de alimentación que los niños irán incorporando desde temprano.

La investigación de Peter Busse, docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, se instala justamente en ese punto. Pero no en los alimentos, sino en los mensajes: Busse diseña y evalúa estrategias de comunicación para motivar a las madres a aumentar el consumo de frutas y verduras de sus hijos durante los primeros años de vida, con miras a alcanzar las tres porciones diarias recomendadas.

Desde esa perspectiva, para implementar un método eficaz, consideró fundamental reconocer los procesos cognitivos de las mujeres seleccionadas. En la fase de estudio de campo, invitó a 285 madres con hijos de entre 1 y 5 años para completar una encuesta en línea.

Las participantes fueron asignadas al azar a tres grupos y expuestas a imágenes sencillas. Un grupo recibió mensajes enfocados en las ventajas del consumo de frutas, otro recibió mensajes normativos —aquellos que dicen lo que otros hacen y aprueban respecto al consumo de frutas—,



mientras que, al tercero, no se le mostró ningún tipo de mensaje.

Los resultados fueron claros: “Notamos que las madres expuestas al mensaje de las ventajas consiguieron puntuaciones más altas respecto a sus intenciones en comparación con aquellas que no estuvieron expuestas a ningún mensaje. Asimismo, al contrastar los resultados de las participantes que recibieron mensajes normativos con los del grupo sin

mensajes, no identificamos diferencias significativas. Estos hallazgos evidencian que los mensajes que comunican información sobre los beneficios del consumo de frutas influyen positivamente en las actitudes e intenciones de las madres de dar tres porciones diarias a sus hijos”, explica Peter Busse, doctor en Comunicación por la Universidad de Pensilvania.

MOTIVAR, MÁS QUE PROHIBIR

El interés de Busse por la comunicación aplicada a la salud no es reciente. Ha investigado durante años cómo los mensajes —tanto mediáticos como los que circulan de boca en boca— moldean pensamientos y comportamientos y ha concentrado sus esfuerzos de investigación en la alimentación saludable de niños y adolescentes. Hoy estudia las for-

Solo 11,3 %
de la población peruana
mayor de 15 años consume la
cantidad de frutas y verduras
recomendadas por la OMS.

Una alimentación poco saludable incrementa el riesgo de sufrir problemas cardiovasculares, diabetes o hipertensión. Si bien antes me llamaba la atención investigar lo que no se debía hacer, hoy me interesa ver las prácticas que sí se deben seguir para contribuir a ese bienestar”.

Peter Busse, responsable del proyecto

mas de promover que las personas se sientan bien consigo mismas y, a su vez, logren prevenir enfermedades. “Una alimentación poco saludable incrementa el riesgo de sufrir problemas cardiovasculares, diabetes o hipertensión. En lo personal, me gusta aplicar mi conocimiento para ayudar a los demás. Si bien antes me llamaba la atención lo que no se debía hacer, hoy me interesa ver las prácticas que sí se deben seguir para contribuir a ese bienestar”, sostiene Busse.

En esa búsqueda, investiga la efectividad de los mensajes con enfoques de ganancia y de pérdida. Los primeros ponen el acento en los beneficios que trae adoptar un hábito saludable; los segundos, en lo que puede perderse si ese hábito no se incorpora. Se trata de determinar qué resulta más persuasivo para las madres: recordarles lo que sus hijos pueden ganar al comer más frutas y verduras o advertirles lo que podrían perder si no lo hacen. “Hasta el momento hemos constatado que los mensajes que recuerdan las ventajas que se ganan generan mejores resultados que aquellos que destacan las pérdidas”, explica Busse. Mejorar la alimentación infantil no depende de un solo actor. Por un lado, el Estado tiene la responsabilidad de diseñar políticas de salud pública que faciliten el acceso a alimentos nutritivos. Por otro, son las madres quienes, en el día a día, construyen la relación de sus hijos con la comida. “La comunicación, la nutrición y la educación deben coincidir en la tarea de entrenar el paladar de los niños con alimentos saludables”, recalca el investigador.

FICHA INFORMATIVA

Promoviendo la alimentación saludable con mamás mediante la comunicación

Este estudio diseña y evalúa estrategias de comunicación para motivar a madres peruanas a aumentar el consumo de frutas y verduras de sus hijos pequeños. En particular, compara la efectividad de mensajes que destacan los beneficios de una alimentación saludable frente a mensajes de carácter normativo.

Investigador responsable: Peter Busse Cárdenas

Objetivo de desarrollo sostenible:

ODS 3 (salud y bienestar)

PARA SABER MÁS

Busse, P. (2024). *Examining the effect of message strategies on Peruvian mothers' intentions to increase fruit intake among children*. Social Marketing Quarterly.

Ministerio de Salud. (2019, 29 de abril). *Consumir cinco porciones de frutas y verduras diariamente ayuda a prevenir enfermedades crónicas degenerativas*. Gobierno del Perú.

Ministerio de Salud. (2020, 4 de mayo). *Cerca del 70 % de adultos peruanos padecen de exceso de peso*. Gobierno del Perú.

Ministerio de Salud. (2020, 11 de septiembre). *Solo el 11,3 % de la población peruana mayor de 15 años consume la cantidad de frutas y verduras que recomienda la OMS*. Gobierno del Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). *Lima Metropolitana: enfermedades no transmisibles y transmisibles, 2022*.

Organización Mundial de la Salud. (2026, 26 de enero). *Alimentación saludable*.