

El engaño de los suplementos de omega 3



Detalle de los suplementos cuyo anuncio respalda la Fundación Española del Corazón. EL MUNDO

El **anuncio** lleva varios días emitiéndose en televisión. En él, alguien que dice representar a la Fundación Española del Corazón (FEC) recomienda tomar suplementos de omega 3 para complementar la dieta y **"ayudar a cuidar el corazón"**. En concreto, el respaldo lo recibe una marca concreta, la única que, según la publicidad, "está reconocida" por el organismo que depende de la Sociedad Española de Cardiología.

El mensaje que trasciende es que estas pastillas son una buena opción para cualquiera que quiera prevenir las enfermedades cardiovasculares. Sin embargo, el argumento no coincide con lo que dice la evidencia científica.

Distintos especialistas consultados por EL MUNDO señalan que no está demostrado que los suplementos de omega 3 sirvan para mantener alejados los problemas de corazón, sobre todo entre la población general.

"Si quieres prevención con omega 3, **toma pescado**. Hay muchos estudios que demuestran que tomar tres raciones a la semana, principalmente de pescado azul -caballa, atún, arenques, sardinas- reduce el riesgo de cardiopatía isquémica. Pero el suplemento desvinculado de la matriz es otra cosa. Los estudios que se han hecho sobre sus beneficios muestran resultados dispares", apunta Miguel Ángel Martínez, director del Departamento de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad de Navarra y uno de los principales investigadores de nuestro país sobre dieta mediterránea y enfermedad cardiovascular.

"No está validado el empleo de estos suplementos en personas sanas ni se ha demostrado comparativamente que sea igual tomar pescado que tomar esos omega 3 en suplementos", coincide Francisco Pérez Jiménez, Jefe de Servicio de Medicina Interna y Director de la Unidad de Lípidos del Hospital Reina Sofía de Córdoba que ha

llevado a cabo distintos estudios sobre el papel de los omega 3 para la salud.

Según explica, hasta la fecha los ensayos realizados en personas sanas han arrojado tanto resultados positivos como negativos, por lo que antes de sacar una conclusión definitiva al respecto es necesario continuar con la investigación.

El último trabajo sobre el tema se publica precisamente esta semana en la revista *JAMA Internal Medicine* y sus resultados -limitados a ancianos- no apoyan la utilidad de los suplementos de omega 3 para reducir el riesgo cardiovascular.

En enfermos cardiopatas, su utilidad está más afianzada, si bien algunos artículos, como el metaanálisis que publicó la revista 'New England Journal of Medicine' en 2012, también han puesto en entredicho sus beneficios.

Carlos Macaya, jefe del servicio de Cardiología del Hospital Clínico Universitario de Madrid señala que no prescribe este tipo de suplementos entre sus pacientes, sino que aconseja "seguir una dieta adecuada, que incluya productos ricos en omega 3, como el pescado o las nueces".

Confusión

Para Aitor Sánchez, dietista-nutricionista del Departamento de Nutrición y Bromatología de la Universidad de Granada y miembro de la iniciativa Dietética sin Patrocinadores, "que un organismo que dice velar por la salud pública recomiende este tipo de productos a la población general, por delante del ejercicio físico y una adecuada alimentación, desviando la atención del origen del problema es, cuando menos, una irresponsabilidad".

"El anuncio dice que el propósito de la FEC es fomentar los hábitos cardiosaludables, pero se contradicen a sí mismos y lo que recomiendan **es un parche** para el problema. Resulta confuso para la población, porque puede interpretarse que puedes tomarte una píldora y así no hacer cambios en tu dieta", señala.

En letra pequeña sobreescrita sobre el margen inferior del anuncio, la FEC recuerda que "los complementos alimenticios no son sustitutivos de una dieta equilibrada y variada y de un estilo de vida saludable", si bien cuesta leer este mensaje a simple vista.

Además, otro mensaje de las mismas características señala que "la ingesta diaria de 250 mg de EPA/DHA [ácidos grasos omega 3 de cadena larga que precisamente contiene el producto recomendado] contribuye al normal funcionamiento del corazón". Esta declaración es **la clave** de la publicidad.

Después de años de confusión y abusos, la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA en sus siglas en inglés) decidió hace pocos años regular las declaraciones de salud que realizaba la industria alimentaria y prohibir cualquier mención que no contara con el suficiente respaldo científico.

La revisión, tal y como explica Andreu Palou, catedrático de Biología Molecular y Nutrición de la Universidad de las Islas Baleares, investigador del CIBERobn y uno de los expertos participantes en el proceso, autorizó, entre otras medidas, que los productos que contuvieran 250 mg de los citados ácidos grasos en su composición podrían incluir en su etiqueta la alegación de que "contribuyen al normal funcionamiento del corazón (también puede hacerse la misma referencia con el cerebro o la visión)".

Sin embargo, la elección de las palabras no es baladí. "Si no se dice que el producto previene las enfermedades cardiovasculares es porque **no hay evidencia suficiente para hacerlo**", subraya Palou, quien recuerda que el reglamento de la EFSA recoge alegaciones de tipo genérico y otras que tienen que ver con la reducción del riesgo de enfermedad.

"El mensaje es ambiguo, y si a eso le unes una puesta en escena adecuada, lo que le llega al espectador es que es necesario tomar esos suplementos, cuando la realidad es que esto no es cierto y puede suponer un importante gasto", señala un catedrático de Nutrición que prefiere no dar su nombre y quien considera especialmente grave que una entidad científica apoye de esta manera **una determinada marca comercial** "cuyas propiedades no son distintas a las de otras presentaciones".

Cada bote de este producto -denominado Megared- cuesta unos 20 euros en la farmacia y contiene 20 unidades, por lo que sería necesario comprar más de uno al mes para cumplir con la recomendación de tomar una cápsula diaria.

José Luis Palma, vicepresidente de la FEC, ha reconocido a EL MUNDO que el anuncio, que es una iniciativa de la marca comercial con quien mantienen un acuerdo comercial, «se podría haber hecho de otra manera» ya que el mensaje que trasciende «se puede prestar a equívocos». Sin embargo, no cree que, a la postre, el anuncio resulte engañoso. «Se han publicado muchos estudios sesgados sobre el tema», ha afirmado. «Hay evidencias de que son beneficiosos y mucha experiencia que muestra que daño no hacen».

Por su parte, Leandro Plaza, presidente de la citada entidad, ha anunciado que "la FEC ya se ha puesto en contacto con la empresa anunciante para **matizar el mensaje**".

El objetivo de la asociación, señala el cardiólogo, es "promover los hábitos cardiosaludables" y, en este caso, "debería haberse hecho distinción entre la información científica y la información comercial".

"Que no piense nadie que le va a curar la enfermedad. Porque la enfermedad cardiovascular no se cura. La única manera de combatirla es la prevención", concluye.

Publicidad

[En Inversis Banco encontrarás la mayor oferta. Descúbrela ya](#)