

Las niñas y los niños también consumen

Informamos a las infancias para que tomen mejores decisiones de consumo.

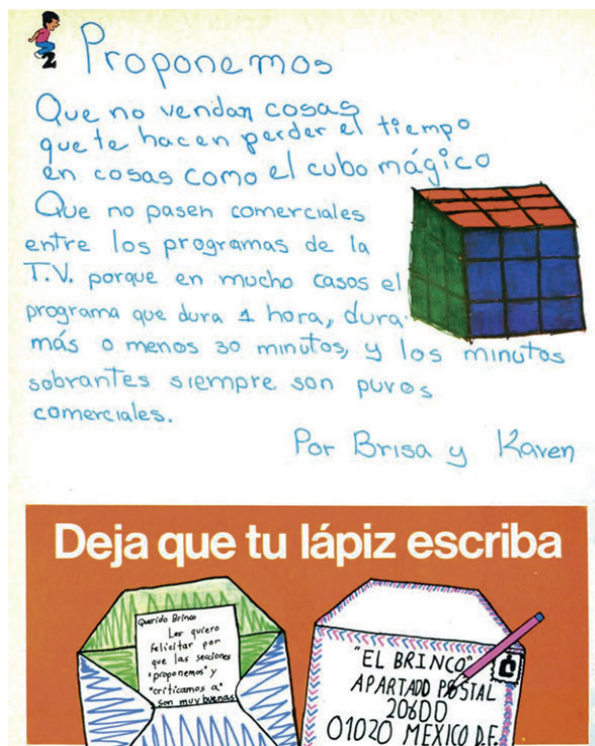


En enero de 1982, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) puso en circulación la edición 59 de la **Revista del Consumidor**. En ella apostó por las nuevas generaciones con el lanzamiento de "El Brinco", un suplemento de 16 páginas diseñado para introducir a la niñez en el consumo responsable.

El llamado en la portada decía lo siguiente: "Suplemento EL BRINCO: léalo con sus niños". En dichas páginas se trataba a niñas y niños no solo como una audiencia pasiva, sino también como actrices y actores económicos con criterio.

La **Revista del Consumidor**, en sus ediciones anteriores, servía de enlace para que la Profeco invitara a las personas consumidoras a compartir sus inquietudes, al comprar algún producto, a través de cartas, llamadas telefónicas o visitas personales.





Y las cartas llegaron

La primera vez que apareció "El Brinco" se incluyó una carta firmada por Brisa y Karen; además, se presentó el Estudio de Calidad de mochilas. Ahí, la **Revista del Consumidor** manifestó su preocupación ante el creciente consumo de pastelitos industrializados en la población infantil debido a su alto contenido de azúcar; un llamado de atención que hoy cobra más relevancia que nunca.

Después de 85 ediciones, la última publicación de "El Brinco" fue en febrero de 1989.

Nueva sección, mismo objetivo

En 1993, la Profeco retomó el contenido dirigido a las infancias en la edición 197 de la revista con la nueva sección "Los pequeños consumidores", en la que también se convocó a niñas y niños a compartir sus dudas y describir su entorno.

En ella se resaltaba el valor de las tradiciones mexicanas, fomentaba la lectura, invitaba a

visitar museos y bibliotecas, y mostraba juguetes tradicionales mexicanos. Asimismo, instaba a realizar experimentos caseros y buscaba crear conciencia ambiental mediante la clasificación de la basura.

Posteriormente, se agregó información que sugería a madres y padres vigilar el tiempo que niñas y niños pasaban frente al televisor, y se retomó el tema del consumo de refrescos por su nulo valor nutritivo.

En la primera edición de 1998, la Profeco y la **Revista del Consumidor** anticiparon que el consumo del futuro sería digital. Por ello, incluyeron el tema "Te presento a una amiga: ¡la computadora!", donde se explicaba que estas máquinas servían para mucho más que jugar, siempre y cuando aprendieran a aprovecharlas en su beneficio.

La última publicación de esta sección fue en el número 378, en agosto de 2008.

Educar sobre el consumo desde la niñez hace una gran diferencia.

Informar sobre consumo a las nuevas niñeces

En mayo de 2025, consciente de la importancia de educar desde temprana edad, la revista lanzó la sección "Consuminis Profeco".

La primera publicación se orientó a concientizar sobre el consumo excesivo de azúcares, grasas y sodio en la infancia con el artículo "Entre más sellos, menos sano". El objetivo: que las niñas y niños aprendieran a identificar los sellos octagonales en los empaques como señales de alerta y que comprendieran que un producto con varios rombos negros está lejos de ser un alimento saludable.

Actualmente, el interés por formar y fortalecer a las infancias sigue siendo un eje central de esta sección. A través de la difusión de los derechos de las y los consuminis, se promueve que los conozcan y los ejerzan.

En este espacio también se comparten consejos para aprovechar mejor la comida, reutilizar objetos y aprender a consumir de forma responsable.

Además, la iniciativa se sumó a la estrategia "Vive saludable, vive feliz", impulsada por la presidenta de México, Claudia Sheinbaum Pardo, mediante la publicación de recetas de refrigerios escolares que incluyen frutas y verduras de temporada, proteínas y cereales integrales.

La educación financiera es otro pilar esencial; se busca que entiendan el valor del dinero,

diferencien entre necesidad y antojo, y se involucren en las compras familiares para evitar gastos innecesarios.

"Consuminis Profeco" promueve hábitos de consumo responsable y acerca a niñas y niños a un estilo de vida respetuoso con su entorno.

Mes con mes, esta sección fomenta el consumo informado e inteligente entre las y los más pequeños del hogar.

