



Centro de Investigación
Mente, Cerebro y
Comportamiento

El buffet visual de cada día. Los logotipos captan nuestra atención incluso sin hambre

08/04/2026

Noticias de investigación

¿Alguna vez has notado que, cuando tienes hambre, cualquier foto de comida parece irresistible y atrapa tu atención casi de inmediato? Este sesgo atencional, fundamental para nuestra supervivencia, nos permite detectar alimentos con rapidez cuando los necesitamos, y disminuye cuando estamos saciados. Sin embargo, en los entornos actuales, caracterizados por ser obesogénicos, este mecanismo puede ser más un problema que una ventaja. Vivimos en una exposición constante a una gran cantidad de estímulos relacionados con comida, especialmente anuncios y logotipos de alimentos hipercalóricos, altos en grasas y azúcares, diseñados para captar nuestra atención.



Un estudio realizado en el Centro de Investigación Mente, Cerebro y Comportamiento (CIMCYC) de la Universidad de Granada ha estudiado si este sesgo atencional hacia la comida se produce también ante logotipos de comida rápida y si, como ocurre con la comida, depende del estado motivacional de hambre.

Las investigadoras Irene Ruiz, Ana González e Isabel de Brugada, del grupo Neuroplasticidad y Aprendizaje, llevaron a cabo dos experimentos cuyos objetivos eran:

- 1.** Comprobar si los logotipos de comida pueden captar nuestra atención tanto como las imágenes de comida.
- 2.** Estudiar si este sesgo atencional a los logotipos depende de nuestro estado de hambre.

Para ello se utilizó una tarea de búsqueda visual en la que se presentaban cuatro imágenes y las personas participantes debían indicar si eran todas iguales o había alguna diferente. Esta imagen podía estar relacionada con la comida (imágenes de alimentos o logotipos de comida) o no relacionada (imágenes de objetos cotidianos o logotipos de limpieza).

Para estudiar la influencia del hambre, en un primer experimento se les pidió a quienes participaron que no comieran nada en las tres horas previas, para asegurar que tuvieran hambre. En el segundo experimento, en cambio, se les ofreció patatas fritas y galletas de chocolate antes de la tarea para asegurar que las personas estaban saciadas. Se esperaba que, en estado de hambre, respondieran más rápido tanto a las imágenes como a los logotipos de comida en comparación con los estímulos no relacionados con alimentos. En cambio, en estado de saciedad se anticipaba una reducción del sesgo hacia las imágenes de comida, pero no hacia los logotipos.

Tal y como se esperaba los resultados mostraron que, cuando las personas tenían hambre, tanto las imágenes como los logotipos de comida capturaban más su atención que los estímulos neutros. Sin embargo, para las y los participantes saciados, las imágenes de comida no capturaban la atención, generando respuestas similares a las de los estímulos no relacionados con comida. Los logotipos de comida, en cambio, atraían la atención incluso en ausencia de hambre.

Estos hallazgos sugieren que, aunque el sesgo atencional hacia la comida depende del estado de hambre, los logotipos captan nuestra atención de forma más automática e inflexible. El emparejamiento repetido con alimentos ricos y palatables (agradables al paladar) los convierte en estímulos relacionados con comida que, de forma automática, activan respuestas como el sesgo atencional o el deseo de comer independientemente del estado de hambre.

Esto explica situaciones muy cotidianas: acabas de comer y, aún sin hambre, ver el logotipo de una cadena de comida rápida o un anuncio en redes sociales puede despertar el impulso de “picar algo”. Este estudio pone de relieve el impacto de la exposición constante a señales de comida poco saludable y su papel en el consumo excesivo y el desarrollo del sobrepeso y obesidad.

Referencia

Ruiz, I., González, A., & de Brugada, I. (2025). Satiating modulates attentional capture by food-related images but not food-brand logos. *Food Quality and Preference*, 105783. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2025.105783>

Contacto

Irene Ruiz - iruiz@ugr.es