



¿Demasiadas Deudas?

EL TIEMPO



SUSCRIBIRME

INICIAR SESIÓN

VIDA CIENCIA EDUCACIÓN SALUD VIAJAR MEDIO AMBIENTE MUJERES



Así nos conquista la industria para vender alimentos poco saludables

Gastón Ares pasó por Colombia y explicó tácticas comerciales en favor de alimentos ultraprocesados.

Comentar
4

Facebook
68

Twitter

Guardar

Enviar

Google+

LinkedIn



La información que traen las etiquetas debería advertir sobre las cantidades de azúcares y grasas que traen los productos, según explica este experto.
Foto: 123RF

RELACIONADOS: ALIMENTACIÓN | NUTRICIÓN | PUBLICIDAD | VIDA

Por: **Ronny Suárez** 31 de octubre 2018, 10:57 p.m.

Gastón Ares es un ingeniero alimentario y doctor en química de la Universidad de la República de Uruguay. Es, además, investigador del comportamiento del consumidor y la ciencia sensorial, unas credenciales que, aplicadas, le han servido para exponer en diversos países cómo los padres de familia toman las decisiones sobre qué se come en el hogar y cómo la industria influye en esa elección con el uso de emociones y sensaciones.

Es claro en exponer que cuando esas técnicas que usa la industria promueven alimentos ultraprocesados con altos contenidos de azúcares, grasa o sal se desata un problema de salud pública al incidir en temas tan críticos como la obesidad, que hoy afecta a más de la mitad de los colombianos.

Y no duda en afirmar que en ese juego de emociones, consumo y alimentación saludable la publicidad y el mercadeo suelen imponer hábitos alimenticios que son poco sanos y que atacan, cada vez más, a poblaciones sensibles como los niños. Ares pasó brevemente por Colombia gracias a una invitación de Red Papaz y este fue el diálogo con EL TIEMPO.

Fisiológicamente, ¿cómo se transforma una emoción en una decisión de consumo?

Una cita con: El pediatra



La deshidratación afecta a niños y ancianos. Conozca cómo prevenirla y/o controlarla.

Universo

En

Bella Piel

Encuentra todo en

Protectores Solares

¡COMPRA YA!



homeostático, que es la regulación automática que se produce para que tengamos hambre en determinados momentos; y el otro, determinado por los sistemas de recompensa y por el placer que se produce en ciertas zonas de nuestro cerebro cuando comemos ciertos alimentos. Eso refuerza nuestros comportamientos inconscientemente y hace que busquemos alimentos dulces, por ejemplo. Hay otras vías determinadas por las asociaciones en la memoria que hacemos entre alimentos y momentos, por la comida que nos recuerda a la abuela, la que compartimos con alguien especial o, incluso, la que da estatus social. Entender esos mecanismos de emociones positivas o negativas puede reforzar hábitos no saludables, como sucede algunas veces con la industria.

¿Desde cuándo la industria comenzó a conquistar nuestros sentidos y emociones para llevarnos al consumo de sus productos?

No hay un momento específico. Hay tendencias que se han generado. En la década de los 50, la industria empezó a usar la publicidad para hacernos creer determinados conceptos a partir de la alimentación, como la idea de no perder tiempo preparando alimentos, ofreciendo el imaginario de que cocinar no es necesario y que ellos pueden darnos todas las soluciones. Después aparece otra línea que vincula los alimentos con las emociones y el placer, como por ejemplo, las bebidas azucaradas que la industria promociona diciendo que bebiéndolas vamos a ser felices, más populares y otros aspectos emocionales. Luego llegó otra tendencia, desde los 80 y 90, que fue agregarles vitaminas y minerales a los alimentos ultraprocesados para decir que tienen propiedades iguales a los alimentos naturales. Todo esto distorsiona la percepción de alimentos que desde el punto de vista nutricional no son adecuados para consumir todos los días.

“Si cocino, puedo saber cuánta cantidad de sal o azúcar o de grasa le estoy agregando a algo; incorporar vegetales, frutas y en general hacer preparaciones sanas”



¿Cuáles son las estrategias más comunes que suele usar la industria para promocionar alimentos que no son saludables?

Establecer vínculos emocionales. En las bebidas azucaradas es usual relacionarlas con felicidad o nostalgia, o compartir en familia, y también es común vender conceptos saludables en cosas que no lo son. En Uruguay son comunes los productos lácteos con mucha azúcar que se promocionan como necesarios para que los hijos crezcan, o leches saborizadas que supuestamente son el alimento ideal para que los pequeños se desarrollen bien. A veces son cosas que son implícitas, como la imagen de una fruta en una etiqueta, o una silueta delgada en un envase, que genera inconscientemente asociaciones de que el producto es algo bueno para la salud.

Este tema puede ser más preocupante en los niños...

Sí, porque la infancia es cuando se establecen los hábitos y las preferencias por los alimentos. Si un niño desde que tiene seis meses toma todos los días refrescos azucarados al tener sed, va a ser muy difícil que pueda revertir esa preferencia de grande, porque por exposición repetida ya aprendió a elegir así. Lo otro es que entre los seis meses y los dos años, cuando se empieza a comer, es la etapa más importante para que esos niños aprendan a disfrutar de frutas y verduras y a introducirlas en su menú. Si la alimentación de los niños se basa en alimentos ultraprocesados, con mucha grasa

¿Hablas Inglés? 🔗

Gánate Hasta
\$1.800.000
al mes

Teleperformance

Bono de Contratación
\$400.000

Referido contratado
\$500.000

Variable de
Garantiz

*Aplica términos y condiciones

TE PUEDE GUSTAR Enlaces Patrocinados por Taboola

Under Armour a \$49,900 y \$59,900 (Productos seleccionados). Aprovechá!
Dafiti

La solución crediticia que tanto necesitas está aquí! Haz clic
RapiCredit

¿Qué pasará con Colombia? - Experto predice importantes cambios financ...
Alpha Publicación

En

Bella Piel

Encuentra todo en

Protectores Solares

¡COMPRA YA!



mantienen en la edad adulta, además de las consecuencias inmediatas de salud que esto puede traer.

¿Cómo suele 'conquistarse' a los niños?

Incluyendo personajes infantiles en los empaques para que los niños se sientan atraídos hacia el producto y lo prefieran, no tanto por el alimento en sí, sino por el vínculo con el personaje que ven la tele o en el cine.

Gastón Ares, investigador uruguayo.

Foto: Carlos Ortega

¿Hay grises en estos casos o todas estas estrategias afectan directamente la salud?

Si se mira la publicidad de alimentos a nivel mundial, yo diría que ninguna empresa habla de un consumo moderado; ninguna dice: 'esto no es un producto para que le des a tus hijos todos los días, consúmelo una vez por semana'. En realidad, en ningún momento se habla de frecuencia de consumo en la publicidad y lo único que se fomenta es comprar más. Si estas estrategias promocionaran frutas o verduras estaría genial porque estaríamos generando hábitos saludables; el problema es que se hacen para productos que nutricionalmente no son adecuados, especialmente para la población infantil y terminan generando hábitos inadecuados.

Eso se suma a que estudios han demostrado que la gente no sabe leer las tablas nutricionales, ¿qué experiencia internacional puede ser aplicable a Colombia para tomar decisiones de consumo más informadas?

En Uruguay hemos trabajado mucho en esa línea, para que la gente interprete mejor la información que está en las etiquetas. Hoy, además de que es difícil de encontrar en cada producto, cuando aparece es inentendible porque lo que se muestran son porcentajes y cantidades recomendadas. Desde la perspectiva de desestimular el consumo de alimentos que tengan mucha cantidad de nutrientes asociados a enfermedades y de procurar consumos responsables, la experiencia chilena es la más exitosa. ¿Por qué? Permite claramente identificar productos con mucha cantidad de sal, azúcar o grasa a partir de sellos visibles en el empaque, lo que deja tomar decisiones informadas.

¿Qué hacer entonces? ¿Qué acción inmediata puede tomar un padre? Porque no se puede negar que estamos inmersos en el sistema y muchas veces esos productos ultraprocesados son más asequibles que frutas y verduras...

La estrategia principal y lo que uno debería hacer es volver a cocinar. Es verdad que nuestro estilo de vida va contrario a esto, porque no hay tiempo, porque se trabaja mucho, pero

En

Bella Piel

Encuentra todo en

Protectores Solares

¡COMPRA YA!



estar seguros de qué les estamos dando a nuestros hijos e hijas y tener control sobre lo que comemos. Si cocino puedo saber cuánta cantidad de sal o azúcar o de grasa le estoy agregando a algo; incorporar vegetales, frutas y en general hacer las preparaciones que disminuyan el acceso de productos listos para consumir. Esa es la estrategia principal. Si como sociedad nos planteamos no comprar más bebidas azucaradas o valorar otro tipo de alimentos más naturales, la industria necesariamente va a tener que reorientar sus formas de producción hacia las necesidades de los consumidores, como ya está pasando en Europa.

“ Si como sociedad nos planteamos no comprar más bebidas azucaradas o valorar otro tipo de alimentos más naturales, la industria necesariamente va a tener que reorientar sus formas de producción ”



La estrategia con los niños

Un estudio de la Universidad Javeriana y la de Carolina del Norte demostró, después de revisar un centenar de estudios de alto rigor, que **los niños están expuestos a contenidos publicitarios de productos de consumo masivo**, en todos los escenarios en los que se desenvuelven, a través de todos los canales de comunicación y en una proporción mayor que los adultos.

Las técnicas más usadas para atraer su atención son la inclusión de personajes infantiles en los productos, el uso de colores o formas llamativos, el tipo de letra, la vinculación de celebridades, concursos, la entrega de juguetes y referencias a la diversión.

RONNY SUÁREZ
EL TIEMPO @RonnySuarez_

- [🔗 Cambio extremo de actores y cantantes colombianos que tenían sobrepeso](#)
- [🔗 Garantizan recursos para Plan de Alimentación Escolar PAE 2019 en Cali](#)
- [🔗 Un vegano y un 'omnívoro' se encuentran en un bar...](#)
- [🔗 El genoma de trigo está siendo hackeado, ¡finalmente!](#)
- [🔗 Mark Post hace carne de res cultivada en laboratorio](#)

COMENTAR

GUARDAR

REPORTAR

DESCUBRE NOTICIAS PARA TI



Competitividad del país, con más dudas que certezas

VIDEO **Menores del Cespa se amotinan y causan incendio**

VIDEO **Así será la intervención en el San Juan de Dios**

'Voy para Medellín, miijo': Chris Froome a Rigoberto Urán

EL TIEMPO
EL TIEMPO

COPYRIGHT © 2018 EL TIEMPO Casa Editorial. Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular. ELTIEMPO.com todas las noticias principales de Colombia y el Mundo

SÍGUENOS EN: [f](#) [t](#) [G+](#)

En.

Bella Piel

Encuentra todo en

Protectores Solares

¡COMPRA YA!

