

## **El nuevo patrón de consumo de alimentos en la sociedad moderna: educación y consumismo**

Virginia Sánchez Cruz  
ESCOM -IPN  
riomudo@hahoo.com.mx  
Gisela González Albarrán  
ESCOM -IPN  
ggonzaleza@ipn.mx  
Montserrat Gabriela Pérez Vera  
ESCOM -IPN  
monsegrp@yahoo.com.mx

### **Eje temático: interrelaciones educación-sociedad.**

*La FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), menciona lo absurdo de estar luchando por erradicar el hambre en los países pobre mientras estos enfrentan una nueva y destructiva enfermedad: la obesidad y el sobrepeso por mala alimentación. México como otros países del orbe, enfrenta la llamada modernidad a manera de pasaporte para el bienestar de la comunidad; los patrones de consumo se insertan en este proceso. La educación nutricional está en manos de las grandes empresas que a través de los medios de comunicación deciden que se debe comer. En nuestro país las enfermedades por mala alimentación afectan a siete de cada 10 personas y a casi la mitad de la población infantil. Tenemos, así, desnutrición por falta de alimentos, y obesos por comer lo que hace daño.*

**Palabras Clave: Educación, Consumismo, Medios de comunicación y Enfermedades.**

### **Introducción**

A través de la historia el ser humano ha tomado de la naturaleza todo lo que necesita para llevar a cabo sus actividades vitales y con ello asegurar su supervivencia. En la prehistoria, las actividades primarias estaban orientadas exclusivamente a la satisfacción de las necesidades primarias.

El ser humano tiene necesidades vitales o primarias (alimentación, vestido y vivienda), llamadas así porque si no son satisfechas, se pone en peligro la supervivencia de las personas. Sin embargo a partir de la Revolución Industrial con la introducción de máquinas, nuevas fuentes de energía (carbón) y una organización más eficiente del trabajo posibilitó la producción en serie. Propiciando así, el surgimiento de la sociedad de consumo, la cual tuvo un desarrollo impresionante a partir de la segunda mitad del siglo XX, incrementándose día con día hasta la actualidad.

El consumismo se pueda dar de dos formas: adquirir productos superfluos o excediéndose en la compra de productos básicos, ejemplos azúcares, grasas, harinas, etc; estando o no cubiertas las necesidades básicas.

Dentro de este consumismo la comida llamada “chatarra” ocupa un lugar preponderante dentro de este fenómeno ya que por si misma genera daños al medio ambiente (contaminación y sobreexplotación de los recursos naturales) y a la salud de la población.

Los medios de comunicación juegan un papel preponderante en este consumo ya que por las necesidades materiales de las familias la educación queda bajo su responsabilidad.

¿Cuáles han sido algunas las modificaciones de los patrones de consumo en nuestra sociedad moderna?;

¿Quién orientan la educación al consumo?;

¿Consecuencias del consumo de comida chatarra?

## Metodología

Para llevar a cabo la investigación se utilizó el método deductivo que parte de lo general a lo particular.

Describimos a la sociedad moderna y los cambios de patrones de consumo así como los participantes y beneficiarios en la educación al consumo en nuestro país y finalmente las consecuencias del consumo de comida chatarra para nuestro país.

Se recopiló datos sobre estudios del consumo de comida chatarra y las consecuencias en la salud realizados por organismos internacionales como la FAO, en artículos de periódicos y revistas.

## Análisis de datos y discusión de resultados

### Educando para consumir alimentos chatarra

Los cambios sociales que se han producido en nuestro país también han modificado las costumbres alimenticias. Entre éstos, podemos destacar el flujo migratorio del campo a la ciudad y una amplia difusión de las nuevas técnicas de producción y conservación de los alimentos, que amplían las posibilidades de consumo a zonas en las que antes no era posible.

Hay que considerar, que para estos cambios, la comunicación es el punto central que se ha constituido no sólo en el vector principal de las mayores actividades económicas, políticas y sociales y así dominando la ideología de nuestra contemporaneidad. Una comunicación homogénea y unidireccional, guiada por la exigencia mercantil, que es la que decide qué es lo que interesa y lo que no.

La publicidad tiene una gran influencia sobre el consumidor; a través de una de ella se puede lograr vender grandes volúmenes de mercancías, todo depende de la capacidad que esta tenga para convencer al público para que compre el producto.

La Televisión:

Esté, se considera como fuente de información, entretenimiento y servicios interactivos que obligan a consolidarla como medio de comunicación y publicidad. En diversas modalidades, ha sido el primer medio de entretenimiento para millones de personas y por todo su potencial como un medio de información y por ende un medio excelente para la publicidad.

Según un estudio de la asociación civil “El Poder del Consumidor”, México es el país del mundo con la mayor cantidad de anuncios televisivos de comida chatarra en horario infantil (ver tabla 1). La misma organización estima que un niño mexicano ve anualmente alrededor de 12 mil 700 anuncios de comida chatarra en televisión, pero ninguno de orientación nutricional.

Y es que el poder de la publicidad es inmenso: las empresas suelen gastar miles de millones de pesos en mercadotecnia. Una de las maneras más efectivas para lograr su objetivo es el pago de licencias que les permiten utilizar las imágenes de personajes del momento, convertidos en juguetes coleccionables para acompañar las hamburguesas, juegos en la parte posterior de la caja de cereal o estampas en las envolturas de chocolates, entre muchas otras estrategias que les significan enormes ganancias a las empresas.

Se estima que un niño mexicano ve anualmente alrededor de 12 mil 700 anuncios de comida chatarra en televisión, pero ninguno de orientación nutricional.

**Tabla 1**

PAÍS	ANUNCIOS POR HORA	DE ALIMENTOS NO RECOMENDADOS
México (canal 5)	39	17
Australia	29	12
Estados Unidos	24	11
Reino Unido	17	10
Francia	16	8
Alemania	14	6
Grecia	12	7
Dinamarca	12	5
Noruega	7	2
Holanda	5	4
Bélgica	4	2
Austria	4	1

FUENTE: Revista del consumidor, José Armando Aguilar. número 21, marzo 2008

Los medios de comunicación orientan los patrones de consumo beneficiando a las grandes empresas a partir de ir cambiando nuestra forma de alimentarnos y que ellas exigen que nuestra población demande lo comida chatarras, sobresaturada de grasas y azúcares, y en cuya elaboración se utiliza sustancia que afecta la salud, como antibióticos, saborizantes y hormonas de crecimiento acelerado.

Por si quedaran dudas sobre el poder de la publicidad en televisión, y de la mercadotecnia en general, un estudio publicado por Consumers International confirmó que los niños son mucho más proclives de desear los alimentos que vienen en envolturas de marcas reconocidas: a casi ocho de cada 10 niños les gustan más las papas en envases con la marca McDonald's que otras sin logotipo alguno a pesar de que las papas eran exactamente las mismas.

De acuerdo con un estudio realizado en 2004 (ver tabla 2) sobre lo que los niños prefieren comprar y consumir durante su estancia en la escuela, se obtuvieron los siguientes datos (los alumnos podían elegir más de una opción, por eso la suma de porcentajes supera el 100%):

**TABLA 2**

PRODUCTOS	ELECCIONES
Dulces	47.6%
Refresco	18%
Torta o sándwich	13.0%
Alimentos preparados	11.2%
Jugos	4.6%
Agua natural	3.3%
Pan y galletas	2.9%
Cereales	2.7%
Frutas	2.42%

**Fuente** Estudio realizado en el 2004 por el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición, publicado en el documento. " *El ambiente obesigénico*".

## Consecuencias del consumo de comida chatarra

En el mundo, cerca de 155 millones de niños tienen sobrepeso u obesidad. Una cifra preocupante sin duda, pero que suena lejana. ¿y México? Según el Instituto Nacional de Salud Pública, entre 1999 y 2006 el número de niños mexicanos (de 5 a 11 años) con obesidad aumentó 40%. Otras cifras hablan de que al menos 20% de los mexicanos menores de 10 años presentan sobrepeso u obesidad, lo que resulta más grave aún si se considera que los niños y adolescentes con sobrepeso tienen 70% de probabilidades de mantenerse obesos en la edad adulta.

Es decir, estamos en camino de crear una generación de adultos, hombres y mujeres, predispuestos a enfermarse, ya que el sobrepeso y la obesidad acarrearán serias consecuencias a la salud, desde enfermedades cardiovasculares hasta diabetes, pasando por hipertensión arterial, derrames cerebrales y trastornos musculoesqueléticos.

## Conclusiones

Gracias a los medios de comunicación y a las grandes empresas el consumo de comida chatarra se ha transformado en un hábito, las consecuencias inmediatas pueden ser: [exceso de peso](#), [colesterol elevado](#), [aumento de la presión arterial](#), [diabetes](#) o [enfermedades cardiovasculares](#).

La escuela debiera formar parte importante de la estrategia para combatir los malos hábitos alimenticios; sin embargo, el ambiente escolar está identificado como uno de los factores que promueven el sobrepeso y obesidad infantil.

El costo de luchar contra las enfermedades derivadas de la obesidad, como la diabetes en las mujeres y los males cardiovasculares en los hombres, corre a cargo del sector público, no del privado, que alienta con sus productos esos males. Como señalé el lunes, México es el reino de la comida chatarra.

## Referencias

Pacheco E. (2005). *Metodología Crítica de la investigación*. México. D.F. México. CECSA.

José A. (2008). *Generación comida chatarra*. México. D.F. México. UNAM

Iván R. *México paraíso para la comida chatarra*. En la Jornada. 14 de diciembre de 2009, p. 18

ONU-FAO (2010). Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. *La alimentación mundial*. <http://www.fao.org>.