

TEMA: Alimentación

SUBTEMA: Bombardeo comida chatarra

REFERENCIA: Proceso. (29 de abril de 2020). Denuncian “bombardeo” publicitario de comida chatarra en la cuarentena. Recuperado de <https://bit.ly/3d5qlba>

NOTA:

Denuncian “bombardeo” publicitario de comida chatarra en la cuarentena

Las grandes empresas de comida chatarra y refrescos están aprovechando la vulnerabilidad de niñas y niños que se encuentran en confinamiento por la pandemia de covid-19, para anunciar sus productos sin ningún control, acusó la Alianza por la Salud Alimentaria (APSA).

“En México se presenta una mayor cantidad de casos graves de covid-19 en adultos jóvenes debido a la grave, grande y larga epidemia por los estragos de la mala alimentación”, aseveró Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor.

Aludiendo a la crítica que lanzó el subsecretario de salud, Hugo López-Gatell, durante su conferencia vespertina en la que dijo que, una “monstruosa y monumental sobre oferta de alimentos industrializados” es la responsable de tener una población enferma.

Al igual que López-Gatell, la coordinadora de Salud Alimentaria, Katia García, recordó que la excesiva oferta de bebidas ultraprocesadas, con altos niveles de azúcar y bajo valor nutricional, dejan estragos en la población mexicana, como la obesidad, sobrepeso, diabetes e hipertensión.

Katia García condenó que la industria de estos alimentos recurra a las estrategias del “antojo, llevar comida a casa, unión familiar, solidaridad con grandes empresas, y se

utilice a niñas y niños en los anuncios” para aprovechar que gran parte de la población se encuentra en casa, e inducir a niñas y niños al consumo de sus productos e incrementar sus ventas.

Como respuesta, la doctora Carola García, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, estimó que la epidemia de obesidad es una señal de que México necesita orientar la publicidad que se dirige especialmente a niñas y niños, pues con las nuevas herramientas tecnológicas es más fácil que accedan a comerciales en línea.

Estrategias

Un video publicado en el canal de YouTube de Alianza Salud denuncia las estrategias de publicidad de las compañías de alimentos que “bombardean” constantemente a la población, incluyendo a niñas y niños.

“En tiempos de pandemia sus estrategias se aprovechan de la situación. Algunos anuncios hacen alusión a que consumir productos con un contenido excesivo de azúcares, grasas, sodio y calorías calma los antojos, la ansiedad, el estrés y produce felicidad.

“Esta publicidad promueve el consumo de alimentos no saludables facilitando su disponibilidad con la entrega a domicilio”, señala.

El video aclara que las imágenes son de publicidad que en este tiempo del confinamiento difunden empresas de comida chatarra en televisión e internet.

Piden regular

En su oportunidad, la investigadora del Instituto Nacional de Salud, Ana Munguía, reveló que, más del 67% de la comida chatarra y bebidas publicitados en las horas con mayor audiencia infantil de la televisión mexicana se consideran no saludables.

“Es urgente que el Estado regule la publicidad de dichos productos para que las niñas, niños y adolescentes tengan garantizado su derecho a la salud y al bienestar”, manifestó Ana Munguía.

Finalmente, la Alianza por la Salud Alimentaria pidió a la población consumir verdura, frutas y granos, para fortalecer el sistema inmunológico, lo que ayudará a no contrarrestar los riesgos ante un eventual contagio de covid-19. (Manuel Alejandro Godínez López)

COMENTARIO

La pandemia ha reconfigurado la cotidianidad de toda la población, aumentando considerablemente el tiempo que pasamos en nuestros hogares y por lo tanto frente al televisor o dispositivos móviles en los que se nos bombardea con anuncios, esto ha provocado que diferentes autoridades en el tema de salud alimentaria denuncien las estrategias publicitarias que promueven el consumo de alimentos no saludables, como la denominada “comida chatarra”.

La publicidad intenta crear y consolidar en la población y en específico en los menores de edad nuevos hábitos de consumo, puesto que son la mejor garantía de tener consumidores en el futuro; explotando las formas de comportamiento social de los niños y la tendencia infantil a imitar los modelos de conducta, son el grupo social

más sensible a los estragos de la publicidad, llegando en muchos casos a convertirse en dependientes del mercado del consumo¹.

La influencia de los medios de comunicación en la formación de hábitos alimentarios debe de ser utilizada como una herramienta para la promoción de prácticas que sean benéficas para la salud y regulando los anuncios publicitarios de productos con alto contenido calórico y de azúcares que son presentados en horarios donde la principal audiencia son niños. El mantenimiento de una buena salud a través de una buena alimentación es elemental en el contexto actual, pues una de las constantes en el perfil de los pacientes más afectados por el virus, es la presencia de padecimientos derivados de malos hábitos alimenticios.

RESPONSABLE

Cynthia Guadalupe Hernández Rojas

¹Menéndez, A. & Franco, F. (2009). Publicidad y alimentación: influencia de los anuncios gráficos en las pautas alimentarias de infancia y adolescencia. Recuperado de <https://bit.ly/3mrlDBK>