



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), noviembre-diciembre 2024,
Volumen 8, Número 6.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU PAPEL EN LA DIFUSIÓN DE UNA ALIMENTACIÓN SUSTENTABLE EN FAVOR DE NIÑOS Y ADOLESCENTES

**THE MEDIA AND THEIR ROLE IN PROMOTING
SUSTAINABLE NUTRITION**

Alfredo Reyes Gutiérrez

Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, México

María del Pilar Anaya Avila

Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, México

Rossy Lorena Laurencio Meza

Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, México

Carlos Eduardo Anaya Avila

Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias de la Comunicación, México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15309

Los medios de comunicación y su papel en la difusión de una alimentación sustentable en favor de niños y adolescentes

Alfredo Reyes Gutiérrez¹

alfreyes@uv.mx

<https://orcid.org/0000-0002-2557-257X>

Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias de la Comunicación
México

María del Pilar Anaya Avila

pilargre@yahoo.com.mx

<https://orcid.org/0000-0003-2630-2085>

Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias de la Comunicación
México

Rossy Lorena Laurencio Meza

rlorencio@uv.mx

<https://orcid.org/0000-0002-9385-8561>

Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias de la Comunicación
México

Carlos Eduardo Anaya Avila

caanaya@uv.mx

<https://orcid.org/0000-0002-2011-0640>

Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias de la Comunicación
México

RESUMEN

El objetivo de este texto es determinar la importancia de los medios de comunicación en el fomento de los hábitos alimenticios sustentable entre niños y adolescentes. La Organización Mundial de la Salud ha señalado que México es una nación con alto índice de obesidad en el mundo, el gobierno mexicano lo considera un problema de salud y llama a la obesidad infantil como “la nueva pandemia”. Esta investigación se abordó desde una perspectiva cuantitativa, se aplicó una encuesta a un grupo de niños de una escuela primaria del estado de Veracruz, México, cuyos resultados dan cuenta del exceso de comida procesada que consumen los niños menores de 12 años quienes están expuestos a la publicidad de alimentos altos en grasa y bebidas azucaradas que pueden contribuir a que su preferencia sean los alimentos no saludables ocasionando graves daños a su salud física y mental.

Palabras clave: alimentación sustentable, comunicación, educación, publicidad, obesidad

¹ Autor principal

Correspondencia: alfreyes@uv.mx

The media and their role in promoting sustainable nutrition

ABSTRACT

The objective of this text is to determine the importance of the media in promoting sustainable eating habits among children and adolescents. The World Health Organization has indicated that Mexico is a nation with a high obesity rate in the world, the Mexican government considers it a health problem and calls childhood obesity “the new pandemic.” This research was approached from a quantitative perspective, a survey was applied to a group of children from a primary school in the state of Veracruz, Mexico, whose results show the excess of processed food consumed by children under 12 years of age who are exposed to advertising high-fat foods and sugary drinks that can contribute to your preference for unhealthy foods, causing serious damage to your physical and mental health.

Keywords: sustainable food, communication, education, advertising, obesity

Artículo recibido 17 octubre 2024

Aceptado para publicación: 21 noviembre 2024



INTRODUCCIÓN

Esta investigación pretende fundamentar y describir los problemas nutricionales que enfrenta la población mexicana y que está generando estragos en la salud como desnutrición, anemia, sobrepeso, obesidad, entre otros. De acuerdo al INEGI (2020) el desarrollo físico, cognitivo y socioemocional de los niños en sus primeros años de vida, se asocia en gran medida con la alimentación que reciben, sin embargo, los problemas de sobrepeso y obesidad van en aumento convirtiéndose, en México, en un grave problema de salud pública.

En la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT, 2020-2023) se documenta que, México es uno de los países con mayores índices de sobrepeso y obesidad infantil en el mundo, con una prevalencia de 7.7% entre los menores de 5 años, el 36.5% de niñas y niños en edad escolar y el 40.4% en adolescentes, considerando además que 1.3 millones de niñas y niños todavía viven con desnutrición crónica (Gardea & Castellanos, 2024), todo a causa de una inadecuada alimentación y la vida sedentaria que se lleva ante la falta de ejercicio físico, que ocasionan el 32% de las muertes de mujeres y el 20% de hombres en el país. “La obesidad es la causa de más de 200 mil muertes al año en México, de éstas, más de 80 mil son por diabetes, y más de 100 mil por enfermedades cardiovasculares” (INEGI, 2020), El principal factor relacionado a estas muertes es la alimentación proveniente de productos ultraprocesados con exceso de azúcares, grasas, sodio y calorías, la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición aporta que el 92% de niños y niñas entre 5 y 11 años, consumen bebidas azucaradas y más del 50% consumen botanas, dulces y cereales procesados (Gobierno de México, 2021).

El definir hábitos alimentarios no resulta nada sencillo ya que trata de “manifestaciones recurrentes de comportamiento individuales y colectivas, en que se involucra la cultura, sociedad, tradiciones, lugar y economía, y en el que intervienen principalmente tres agentes; la familia, los medios de comunicación y la escuela” (Serra, et al., 2002)

La investigación nos permitió hacer una revisión teórica sobre la alimentación sustentable y el papel que juegan los medios de comunicación en la difusión de comida procesada llamada “chatarra”, lo que nos facilitó identificar los alimentos que consumen los mexicanos en edad temprana.

En ese tenor, el texto tiene como objetivo establecer la importancia de los medios de comunicación en la difusión de hábitos alimenticios sustentables, mediante la educación nutricional, para favorecer el



crecimiento sano de los niños de 3 a 12 años.

En términos biológicos la obesidad surge de un desequilibrio entre energía consumida y gastada. En términos sociales se sabe que está provocada por un entramado de determinantes individuales (relacionados con el estilo de vida), estructurales (relacionados con la política pública en torno al modelo de desarrollo del país) y culturales (referidos a las prácticas alimentarias), entre otros (Islas et al., 2020, p. 3)

La desnutrición afecta el desempeño escolar de los infantes por las enfermedades que les resultan y por “las limitaciones en la capacidad de aprendizaje asociadas a un menor desarrollo cognitivo que se traduce en mayores probabilidades de ingreso tardío, reprobación, deserción y bajo nivel educativo” (Fernández, et al. 2017, p. 31). Los hábitos alimenticios inician desde el hogar y continúan en la escuela. Hoy día vivimos tiempos en las que los padres trabajan fuera de casa y es más complicado vigilar la alimentación de los hijos, que prefieren las “comidas rápidas” procesadas lo que también es más cómodo para los padres. En las escuelas de igual forma, proliferan los alimentos procesados y bebidas carbonatadas sin ningún control, por lo que la salud del menor se ve seriamente afectada.

Los medios de comunicación tienen la encomienda de informar, de educar, de servir a la sociedad no a las empresas comerciales, quienes pagan fuertes cantidades de dinero para publicitar sus productos que más que beneficiar afectan la salud de los consumidores. Las empresas refresqueras y de lácteos venden a través de los medios de comunicación bebida, yogures y productos no saludables que son los favoritos de los niños, pero que no aportan ningún beneficio al desarrollo sano de nuestros infantes, al contrario, afecta además de la salud, la economía de las familias.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (s/f) las escuelas son los espacios en donde los niños pueden tener mejores oportunidades para poder tener una educación nutricional, entendida como “las estrategias educativas diseñadas para facilitar la adopción voluntaria de conductas alimentarias y otros comportamientos relacionados con la alimentación y la nutrición propicios para la salud y el bienestar”. (Hernández, 2023).

La educación alimentaria y nutricional permite poner en práctica actividades de aprendizaje que, “respaldadas por un entorno alimentario saludable, ayudan a los escolares, los adolescentes y sus comunidades a mejorar su alimentación y elecciones alimentarias, así como a desarrollar su capacidad



para adaptarse al cambio y actuar como agentes de cambio”. (FAO, s/f).

Sin embargo, en México, las escuelas están lejos de asumir ese compromiso. Por tanto, es necesario implementar campañas locales de salud encaminadas a mejorar las condiciones alimentarias de la población tanto para los hogares como en las escuelas. Durante la pandemia por COVID 19, México se ubicó en el 4º lugar con mayor número de decesos, sólo por arriba de Brasil, Estados Unidos e India, en donde el mayor pico se vivió en julio de 2020, siendo las principales causas las enfermedades crónicas de la población derivadas por los malos hábitos alimenticios.

Ante esta problemática, el gobierno de México consciente de que, si no se avanza en las políticas públicas para neutralizar los problemas de salud, para el 2025 se valorarían 16 millones de casos de enfermedades cardiovasculares y 12 millones sobre diabetes imputables al sobrepeso y obesidad (El poder del Consumidor, 2020), por ello, se han emprendido una serie de campañas en favor de una alimentación saludable dirigidas a la población infantil y a todo tipo de público sin mayor éxito.

En ese contexto, la Cámara de Diputados de México aprobó el 22 de octubre de 2019 una Reforma a la Ley General de Salud, la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010 (NOM-051) sobre el etiquetado de alimentos y bebidas ultraprocesadas para que, los productos exhiban 5 sellos visibles, frontal, de fácil comprensión y sencillos (Ver figura No 1), que brindan al consumidor información comercial y sanitaria sobre el contenido de nutrimentos críticos e ingredientes que representan un riesgo para la salud (El Poder del Consumidor, 2020), este etiquetado entró en vigor el 1 de octubre de 2020 para los productos nacionales y extranjeros.

Las etiquetas deben indicar cuando un producto tiene exceso de calorías, sodio, grasas trans, azúcares y grasas saturadas con base en el Perfil de Nutrientes de la Organización Panamericana de la Salud (OPS). Estos criterios nutrimentales se implementarán de forma gradual mediante tres fases de aplicación de la NOM- 051 y dos leyendas precautorias, la primera para productos que contengan edulcorantes y la segunda para aquellos con cafeína, para evitar que niñas y niños los consuman. (El Poder del Consumidor, 2020)



Figura 1. Etiquetado en México de bebidas y alimentos ultraprocesados



Fuente: El poder del consumidor, 2020

No obstante, con todas esas medidas, el gobierno no ha logrado frenar el consumo de alimentos procesados, y los medios de comunicación a través de la publicidad son parte importante de esa ingesta en niños y adolescentes, la publicidad a través de la TV tiene la capacidad de persuadir y modificar la conducta de las personas (Díaz, 2011). Según Harrison y Marske (2005) “todos los grupos de edad son susceptibles a la influencia de los anuncios de TV, pero los niños lo son aún más, debido a que no son capaces de diferenciar entre programas y anuncios antes de los 12 años”. En tanto Coon y Tucker. (2005) refieren que “el consumo calórico de los niños es mayor en quienes ven más TV, existe una asociación entre la selección y la demanda de los alimentos anunciados y aumenta la probabilidad de que los padres compren los alimentos anunciados”, retomando el estudio realizado por Pérez Salgado et al. (2010) refieren que:

En la TV gratuita de la Ciudad de México la proporción de anuncios de productos alimenticios fue mayor durante la transmisión de programas infantiles que durante los programas dirigidos a la audiencia general (25.8% vs. 15.4%). Estas diferencias deben ser motivo de una regulación más estricta, la exposición a la publicidad es mayor en una población que es más vulnerable. Los alimentos más anunciados fueron bebidas con azúcar añadida y dulces, seguidas por cereales con azúcar añadida. En la programación televisiva de la Ciudad de México no se identificaron anuncios que promuevan el consumo de frutas, además, la publicidad de vegetales fue mínima (p. 6).

De igual forma, en 2013 el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) realizó un estudio para conocer el panorama sobre la publicidad a la que están expuestos los niños y adolescentes mexicanos, los resultados fueron que el 23.3% de los anuncios televisivos corresponden a alimentos y bebidas. Los productos más promocionados durante la tarde corresponden a botanas dulces y a bebidas azucaradas. Se encontró que los anuncios de botanas y dulces fueron dirigidos principalmente a la población infantil. (INSP, 2013). La publicidad ha cobrado fuerza a través de los años y la tecnología ha multiplicado los mensajes y lo difunde de manera masiva a un público numeroso, hambriento de información, con cada vez menos tiempo disponible. (Treviño, 2001).

Así mismo, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) en 2015, realizó un estudio sobre la oferta y el consumo de programación para el público infantil en radio y televisión, los niños en México pasan un promedio de 4 horas y 34 minutos frente al televisor por día, más que en cualquier otro país. Como consecuencia, la exposición infantil a la publicidad en México está entre las más altas del mundo, la exposición de tantas horas frente al televisor también aumenta el sedentarismo de los niños.

En contraste a los esfuerzos que hace el gobierno, 2023, una empresa cervecera lanza una campaña publicitaria llamada “A quién le importa” cuya canción promocionó en los 80s Alaska y Dinarama, el jingle dice...”A Quién le importa lo que yo coma. A Quién le Importa lo que yo tome. Yo soy así, así seguiré nunca cambiaré” (LoMejorDeLaTV, 2023). Acompañan al jingle una serie de imágenes de personas comiendo pizzas, tacos, elotes cocidos con mayonesa que incita al consumo de esos productos y ante los graves problemas de salud que se tiene en México este tipo de anuncios publicitarios no abonan en nada a promover una alimentación sana.

La lucha del gobierno sigue y el recién nombrado Secretario de Educación, Mario Delgado anunció una nueva campaña “Vida Saludable en las Escuelas” que entrará en vigor el 29 de marzo de 2025 y afectará a 258 mil 689 escuelas del Sistema Educativo Nacional con la finalidad de transformar el entorno alimentario en las instituciones educativas del país. El programa contempla la prohibición de la venta de productos ultraprocesados en las escuelas, que los alumnos tengan acceso a agua potable, se capacitarán a las personas que atienden las cooperativas escolares o desayunadores para que vendan alimentos locales y saludables, se diseñarán estrategias de comunicación para desarrollar campañas informativas dirigidas a los maestros, padres de familia y alumnos sobre los hábitos alimenticios y la



salud, de igual forma, se busca extender los horarios para las prácticas deportivas y artísticas en todas las escuelas del país. (Redacción Revista Foruna, 2024).

METODOLOGÍA

La investigación es básica, se abordó desde la perspectiva cuantitativa, su alcance es descriptivo porque trata de explicar las variables consignadas en esta indagación. Se utilizó como técnica para la obtención de los datos primarios, una encuesta aplicada a estudiantes de 4º año de una escuela primaria ubicada en Veracruz. La población conformada por 35 alumnos cuyas edades oscilaban entre 9 y 12 años de edad, la muestra sobre la que se realizó el estudio fue de 23 alumnos.

El instrumento fue un cuestionario con 12 preguntas, las unidades de análisis fueron los estudiantes inscritos en el periodo escolar de agosto 2022-julio 2023, la selección del grupo fue aleatoria, las variables fueron hábitos alimenticios, obesidad, publicidad, medios de comunicación. Analizamos el estado nutricional y consumo de alimentos de los 23 niños de 9 a 12 años de edad, de un nivel socioeconómico medio, viven y estudian en un contexto ciudadano, son niños que viven en situación urbana, por lo que están más expuestos al consumo de comida procesada que publicitan los medios de comunicación.

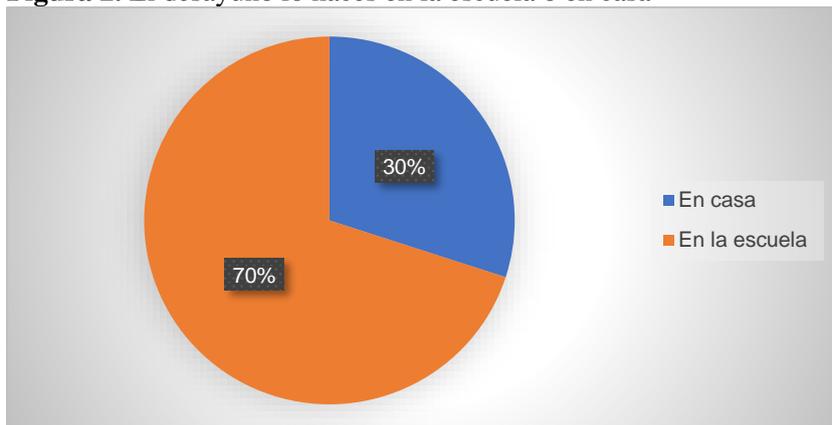
Se identificó las preferencias alimentarias, las alteraciones de los hábitos alimenticios y los factores que influyen en el sector estudiado. La encuesta se aplicó de manera presencial con apoyo de los padres de familia y autoridades de la escuela, se explicó a los padres de familia el objetivo de la investigación misma que protegería los datos personales de cada participante, obteniendo así el consentimiento informado. Una vez aplicada la encuesta se vació la información en una hoja de cálculo de Excel para sacar los porcentajes y generar gráficas en función las variables.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La encuesta se realizó a 10 niños y 13 niñas, de los cuales 16 de ellos tienen 10 años; tres 11 años y cuatro con 12 años. La encuesta se aplicó en una escuela primaria en Veracruz, México y para fines de esta publicación sólo se consideraron las respuestas más representativas de esta investigación.



Figura 2. El desayuno lo haces en la escuela o en casa

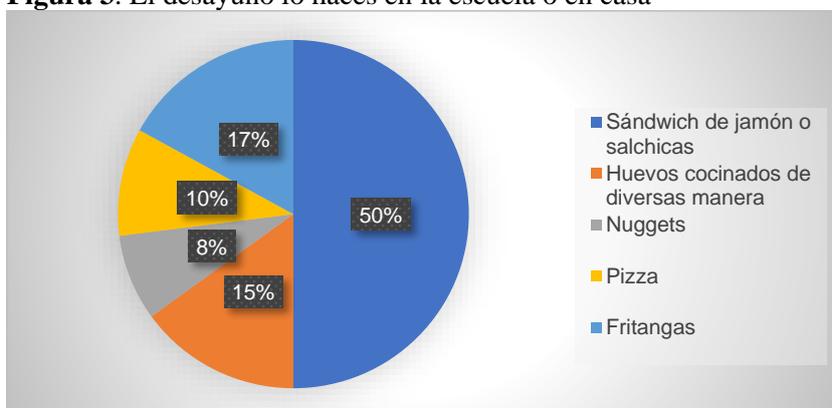


Fuente: Elaboración propia

Los niños encuestados señalaron en un 70% que el desayuno regularmente lo hacen en la escuela, a veces llevan lunch y otras veces compran en la cooperativa de la escuela, desayunan antojitos, tortas, picadas, empanadas, un 30% señaló que desayunan en la casa lo que la mamá prepara. (Ver figura 2).

Los niños consideran que comer es alimentarse, que estar con sobrepeso es estar bien alimentado y no siempre es lo correcto.

Figura 3. El desayuno lo haces en la escuela o en casa



Fuente: Elaboración propia

El lunch que llevan a la escuela para desayunar, por lo general es sándwich de jamón o de salchicha, esto de acuerdo con lo que respondió el 50% de los niños, embutidos que nutriólogas(os) recomiendan no consumir, no son alimentos que aporten nutrientes a los niños, de igual manera un 7 por ciento respondió que las fritangas son el tipo de desayuno que consumen, un 10% refirió que desayunan pizza, un 8% dijo que nuggets y sólo un 15% refirió que desayunan huevos que a decir de los nutriólogos, son los nutrientes con los que se debe empezar el día, el desayuno que todos los niños y jóvenes deberían consumir. (Ver figura 3).

Figura 4. Tipo de bebidas que consumes en la escuela durante el recreo

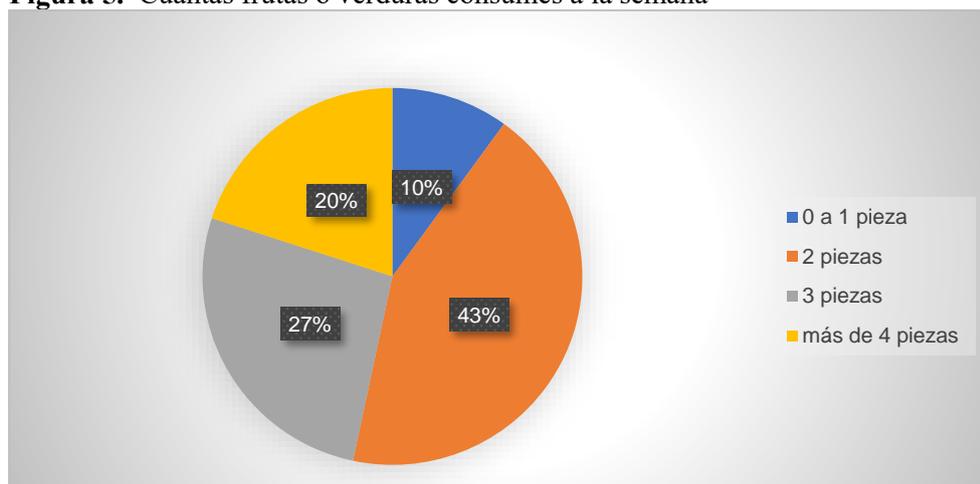


Fuente: Elaboración propia

Con relación a las bebidas es notorio que lo que menos consumen los niños es agua simple sólo un 20% de los encuestados contestó que sí la consumen. Un 8% indicó que toman agua de frutas como, limonada, naranjada, jamaica, entre otros, sin embargo un 30% señaló que los jugos envasados es lo que más consumen, bebidas que contiene gran cantidad de calorías, un 20% contestó que en la escuela lo que toman es yogurt de cualquier marca y sabor, 16% respondió que beben refrescos de gaseosa lo que representa un grave riesgo para la salud por el exceso de azúcares que consumen, de igual forma, el 5% de los encuestados manifestaron que toman lácteos de sabor, principalmente de chocolate, fresa o vainilla, todos con un alto valor calórico. (Ver figura 4).

La encuesta también arrojó que el 44% de los niños consumen en total un refresco de gaseosa a la semana, un 33% beben dos refrescos a la semana, el 18% respondió que toman tres refrescos a la semana y un 5% más de 4 refrescos a la semana, o sea casi uno diario, lo que representa que están expuestos al consumo de bebidas con un alto contenido de azúcar y son propensos a desarrollar diabetes, obesidad, entre otros problemas de salud. Por general en México, las escuelas no venden comidas sustentables que favorezcan el desarrollo físico e intelectual de los niños.

Figura 5. Cuántas frutas o verduras consumes a la semana



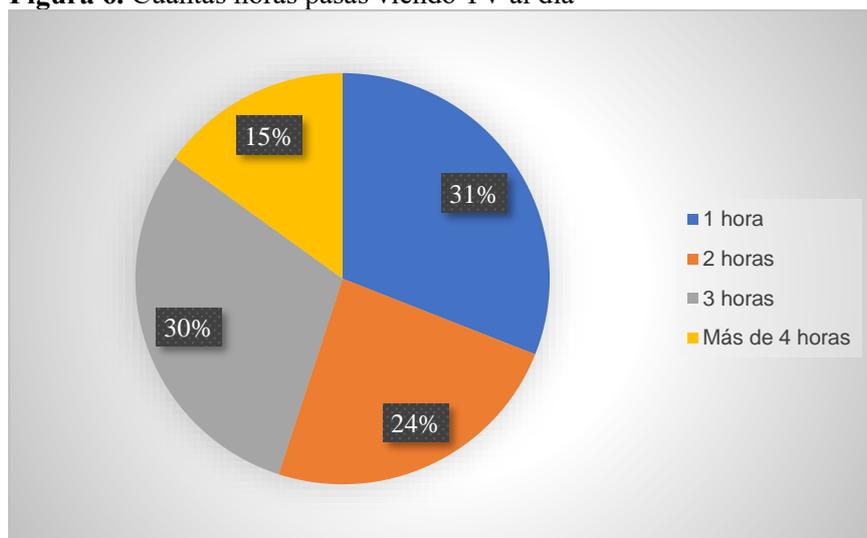
Fuente: Elaboración propia

Ante la pregunta de cuánta fruta y verdura consumen, los niños respondieron en 43% que solo consumen 2 piezas de frutas y verduras a la semana, un 27% indicó que comen 3 piezas de frutas y verduras, un 20% señaló comer 4 piezas o más de fruta y verdura y sólo un 10% aseguró que comen de ninguna a una pieza de fruta o verdura. (Ver figura No. 5)

Tomando en cuenta esta respuesta y observar que solo el 20% de los niños consumen más de 4 piezas de verduras o frutas y si tomamos en cuenta que la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda ingerir más de 4 piezas de frutas y/o verduras al día, esto como parte de una alimentación saludable y reducir el riesgo de algunas enfermedades como las cardiopatías y determinados tipos de cáncer, así como obesidad y desnutrición. Ante esto, observamos que el 93% de los niños realmente no llevan una buena alimentación, por ende, no tienen una educación nutricional.

Los niños de primaria respondieron ante la pregunta de cuánta golosina comen durante el día, el 53% consumen por lo menos de ninguna a una golosina diaria, un 20% dos golosinas diarias, un 20% tres golosinas durante el día y un 7% más de cuatro golosinas, frituras o galletas empaquetadas, lo que es grave ya que alimentan el sobrepeso que puede conducir a la diabetes infantil.

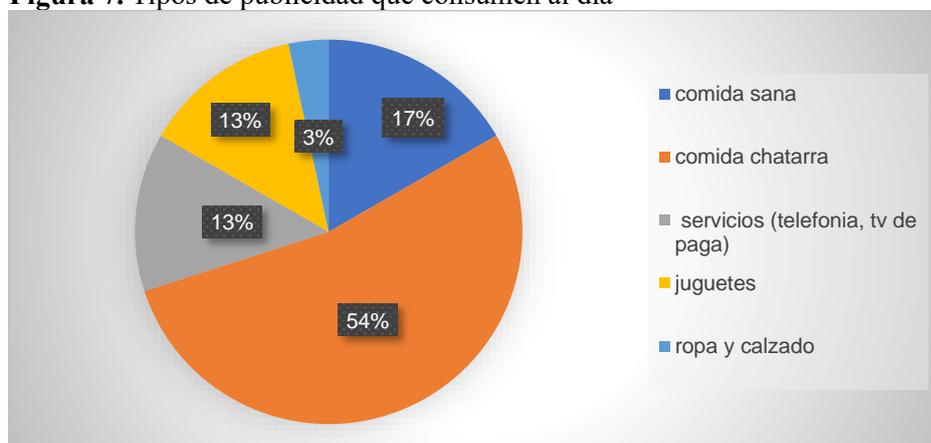
Figura 6. Cuántas horas pasas viendo TV al día



Fuente: Elaboración propia

Los encuestados respondieron en un 31% que ven una hora diaria la TV, diversos programas, un 30% le dedican tres horas en estar frente al televisor, un 24% señalaron que ven dos diarias de TV y un 15% aseguraron ver más de 4 horas la TV, lo que los hace receptivos ante cualquier mensaje publicitario que se dé sobre comida “chatarra” y los mantiene inactivos, sin hacer ejercicio. (Ver figura 6). En tanto, respondieron que un 30% navega dos horas en Internet sin supervisión de un adulto, un 27% está tres horas sumergido en la Internet, el 17% le dedica cuatro horas diarias a Internet y un 13 % más de cinco horas navegando en Internet, lo que sí es preocupante que los niños estén dedicando tanto tiempo para estar en la red expuestos a una y mil peligros, aunado al sedentarismo en el que se desarrollan, permanecen horas sentados y no hacen ejercicios.

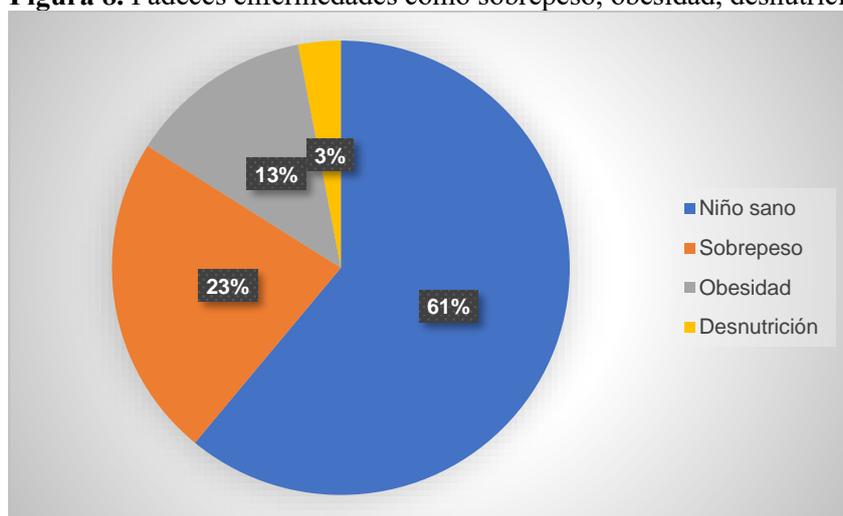
Figura 7. Tipos de publicidad que consumen al día



Fuente: Elaboración propia

Sobre el tipo de publicidad que más ven los niños, respondieron en un alto porcentaje 54% que es sobre “comida chatarra”, un 17% sobre comida sana, un 13% le gusta más la publicidad sobre juguetes, mismo porcentaje prefiere la de servicios, telefonía y TV de paga y solo un 3% le interesa ver ropa y calzado. (Ver figura 7). A los niños se les explicó que se entendía por comida chatarra, que es comida procesada, entendiendo a los helados, pizzas, hamburguesas, hot dog, pollo frito, pasteles, refrescos, gaseosas, jugos envasados, salchichas, jamón, etc., Como comidas sanas serían frutas, verduras, pescado, pollo, huevos, entre otros, para que pudieran responder lo más cerca posible a su realidad. Un factor que condiciona a los niños a consumir alimentos “chatarra” son los medios de comunicación (Mota, 2009). Otro factor es el aumento indiscriminado de los restaurantes de comida rápida (Mercado & Vilchis, 2013) aunado a la ausencia de educación nutricional de parte de los padres.

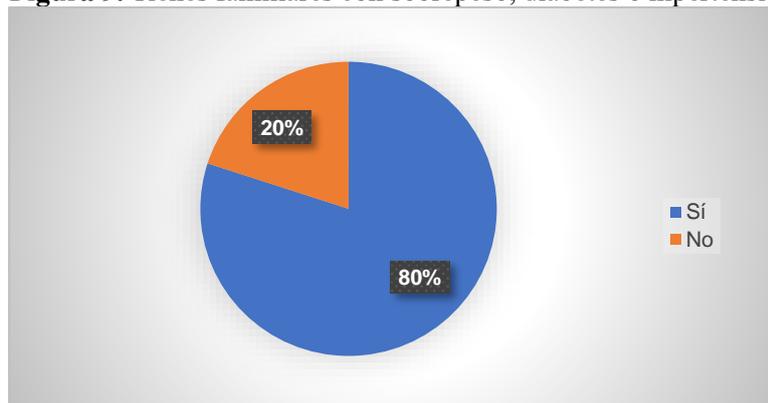
Figura 8. Padeces enfermedades como sobrepeso, obesidad, desnutrición



Fuente: Elaboración propia

Al cuestionarlos si padecen alguna enfermedad, el 61% señaló que son niños sanos, un 23% consideran que tienen sobrepeso, 13% tiene obesidad y otro 3% tienen desnutrición. (Ver figura 8). Con estos datos comprobamos lo referido en los números presentados por las encuestas nacionales de salud y nutrición que de los años 1999 y 2006 se demuestra que tanto el sobrepeso como la obesidad en niños de entre 5 y 11 años aumentaron casi un 40%. La última encuesta nacional reveló que, en el país, 26% de los niños en edad escolar presentan sobrepeso y obesidad. (Quizán et al. 2007, p. 1). Los problemas de sobrepeso y obesidad son situaciones que pone a los menores en un problema vulnerable frente a enfermedades que pueden llegar a ser irreversibles.

Figura 9. Tienes familiares con sobrepeso, diabetes o hipertensión



Fuente: Elaboración propia

El 80% de los niños encuestados señalaron que sí tienen familiares con sobrepeso o que cursan cuadros de diabetes o son hipertensos, o que tiene las tres patologías al mismo tiempo, lo que es bastante grave y solo un 20% respondió que no tienen familiares con ninguno de esos cuadros. (Ver figura 9).

Figueroa (2009) y Peña y Bacallao (2001), mencionan que el incremento tan abrupto de la obesidad que ha ocurrido en las últimas décadas, así como su gran extensión, obedece principalmente a cambios importantes en la alimentación de la población, al patrón de actividad física y a otros factores de índole sociocultural como son los medios de comunicación (p. 5). En el 2003, llevó a cabo una investigación con niñas y niños mexicanos de cinco a once años y concluyó que:

"El sobrepeso y obesidad son problemas de salud de alta prevalencia en niños en edad escolar en México, especialmente en niñas, y se asocia positivamente con el nivel socioeconómico, la edad de los escolares y la escolaridad de las madres. Asimismo, tienen mayor prevalencia de síndrome metabólico. A parte de la cuestión económica, existen otros aspectos que generan la obesidad en la sociedad como el político y social. Algunos temas que no ponen importancia en los centros de educación son el acoso escolar, el maltrato infantil, la pobreza, la autolesión y la obesidad, esta última especialmente en educación infantil y primaria." (Mercado & Vilchis 2013, p. 4).

La encuesta nos permitió medir cuántos niños consideran que llevan una alimentación saludable, pues consideran como el común de la gente, que el niño obeso es un niño sano, lleno de vida. El 80% de los infantes encuestados señalaron que tienen familiares con sobrepeso o que cursan cuadros de diabetes o

son hipertensos, o que tiene las tres patologías al mismo tiempo y eso los coloca en escenarios similares, el tener esos antecedentes los hacen propensos, dado que ambas enfermedades son el resultado de la interacción de múltiples factores genéticos, ambientales y alimentarios. La diabetes es hasta 3 veces más frecuente en personas cuyos padres o abuelos son diabéticos. Se estima que cuando uno de los padres es obeso, la probabilidad de que sus hijos lo sean aumenta en un 50% por lo que deben prever y mantener una alimentación sustentable combinado con ejercicios físicos.

En la actualidad, los niños están altamente influidos por una cultura de consumo a través de los medios de comunicación, como lo es la televisión, los videos, los juegos por computadoras y la Internet. Actualmente la radio ha dejado de ser un medio de comunicación utilizado por las nuevas generaciones. Pasar tiempo frente a una pantalla se ha convertido en parte de la vida diaria de la mayoría de las familias.

CONCLUSIONES

A manera de conclusión se puede decir que los niños menores de 12 años están expuestos a la publicidad de alimentos altos en grasa y bebidas azucaradas que pueden contribuir a que su preferencia sean los alimentos no saludables. A través de la investigación realizada constatamos que los malos hábitos alimenticios en los niños de primaria están influenciados por la industria de la comunicación y entretenimiento y a la poca vigilancia de los padres sobre lo que consumen sus hijos. A pesar de que existen un sinnúmero de plataformas tecnológicas, la televisión abierta sigue estando presente en los hogares mexicanos y es consumida diariamente por la niñez.

Una alimentación sustentable, evita enfermedades como obesidad, diabetes, desnutrición, anemia, enfermedades respiratorias, hipertensión entre otros, si los niños llevan un estilo de vida saludable desde la etapa de la infancia podrán tener una vida adulta saludable.

Los medios de comunicación pueden ayudar a la alfabetización en alimentación y salud de las nuevas generaciones y principalmente la de los padres de familia. El problema de la obesidad infantil en México es grave, por lo que se deben tomar medidas urgentes para ayudar a la niñez mexicana y asegurar para el futuro, una población sana, para ello, se deben además de implementar programas y campañas que adulen la importancia de una alimentación sustentable vigilarlos y darles seguimiento para que se apliquen, por lo que se requiere la intervención de todas las partes involucradas como el propio gobierno, la Secretaría de Salud, escuelas, padres de familia y medios de comunicación para disminuir hasta



erradicar, este grave problema de salud que enfrenta México ante la mala alimentación que se comparte.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Coon K.A. y Tucker K.L. (2002). Television and children's consumption patterns. A review of the literature. *Minerva Pediatr*; 54 (5): 423-36

Díaz Ramírez, G. Souto-G., M.C., Bacardí G., M. & Jiménez-C.A. (2011), Efecto de la publicidad de alimentos anunciados en la televisión sobre la preferencia y el consumo de alimentos: revisión sistemática, *Nutr. Hosp.* vol.26 no.6 Madrid nov./dic. 2011.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112011000600009

El Poder del Consumidor (2020, 12 de mayo). Todo lo que debes saber sobre el nuevo etiquetado de advertencia. <https://elpoderdelconsumidor.org/2020/05/todo-lo-que-debes-saber-sobre-el-nuevo-etiquetado-de-advertencia/>

El poder del Consumidor (2020, 29 de octubre), Las principales causas de muerte en México derivan de una mala alimentación, boletín de prensa. <https://elpoderdelconsumidor.org/2020/10/las-principales-causas-de-muerte-en-mexico-derivan-de-una-mala-alimentacion/>

FAO. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (s/f). Alimentación y Nutrición escolar. <https://www.fao.org/school-food/areas-work/based-food-nutrition-education/es/>

Fernández, A.; Martínez, R.; Carrasco, I. & Palma, A. (noviembre de 2017). Impacto social y económico de la doble carga de la malnutrición Modelo de análisis y estudio piloto en Chile, el Ecuador y México, Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL , <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/a24cc8d0-49c1-491a-8893-e74b81d830d8/content>)

Figuroa, D. (2009). Obesidad y Pobreza: marco conceptual para su análisis en Latinoamérica, *Saúde Soc.* São Paulo, 18, (1), 103-117.

Gardea, D. y Castellanos Núñez, R. ; (2024, octubre 22) Escuelas sin comida chatarra: un paso importante para la salud infantil en México. Declaración de Fernando Carrera Castro, Representante de UNICEF en México, <https://www.unicef.org/mexico/comunicados->



prensa/escuelas-sin-comida-chatarra-un-paso-importante-para-la-salud-infantil-en-
m%C3%A9xico

Gobierno de México (2021, 30 de noviembre) Obesidad infantil: Nuestra nueva pandemia.

<https://www.gob.mx/promosalud/es/articulos/obesidad-infantil-nuestra-nueva-pandemia?idiom=e>

Harrison K. y Marske A.L. (2005). Nutritional content of foods advertised during the television programs children watch most. *Am J Public Health* 2005; 95 (9): 1568-

Hernández-Ramírez, J. C. y Hernández-Cuevas, M. (2023), Educación Alimentaria y Nutricional en comunidades escolares mexicanas de educación básica experimentadas en Participación Social en Salud Revista Educación, vol. 47, núm. 2, 2023 Universidad de Costa Rica

<https://www.redalyc.org/journal/440/44074795007/44074795007.pdf>

Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (2016, 19 de enero) La obesidad en México, ¡Por tu salud, quítate un peso de encima! La obesidad se puede prevenir.

<https://www.gob.mx/issste/articulos/la-obesidad-en-mexico>

INEGI (2020, 29 de octubre). Características de las defunciones registradas en México en 2019.

<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/EstSociodemo/DefuncionesRegistradas2019.pdf>

INSP. (2013, 24 de octubre). Gobierno de México. Publicidad de alimentos y bebidas.:

<https://www.insp.mx/eppo/blog/2984-publicidad-alimentos-bebidas.html>

Islas Vega, I. , Reynoso Vázquez, J. , Hernández Ceruelos, M. C. A., & Ruvalcaba Ledezma, J. C. (2020). La alimentación en México y la influencia de la publicidad ante la debilidad en el diseño de políticas públicas. *Journal of Negative and No Positive Results*, 5(8), 853-862. Epub 12 de julio de 2021. <https://dx.doi.org/10.19230/jonnpr.3259>

<https://scielo.isciii.es/pdf/jonnpr/v5n8/2529-850X-jonnpr-5-08-853.pdf>

LoMejorDeLaTV, (2023). TECATE 00 ♪A quién le importa♪ Completo [You Tube].

<https://www.youtube.com/watch?v=mF3l6hgT3Oo>

Mercado P. y Vilchis G. (2013). La obesidad infantil en México. *Alternativas en Psicología. Revista Semestral. Tercera Época. Año XVII. Número 28. Febrero-Julio 2013.*



Mota, D. (2009). Obesidad infantil. <http://www.hospitalgeneral.salud.gob.mx/de>

Organización de las Naciones Unidas (s/f). Alimentación y Nutrición escolar. Educación alimentaria y nutricional.

<https://www.fao.org/school-food/areas-work/based-food-nutrition-education/es/>

Peña & Bacallao, (2001). La obesidad y sus tendencias en la región. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 10 (2). URL disponible en:

http://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S102049892001000800001&script=sci_arttext

Pérez-Salgado, D., Rivera-Márquez, J. A., & Ortiz-Hernández, L. (2010). Publicidad de alimentos en la programación de la televisión mexicana: ¿los niños están más expuestos?. *Salud Pública de México*, 52(2), 119-126. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342010000200003&lng=es&tlng=es

Quizán Plata, T., Álvarez Hernández G. & Espinoza López, A. (2007). Obesidad infantil: el poder de la alimentación y la actividad física. *Revista Universidad de Sonora*. URL disponible en:

<http://www.revistauniversidad.uson.mx/revistas/22-22articulo%203.pdf>

Redacción Revista Fortuna (2024, octubre 21). Anuncia Mario Delgado inicio de “Vida Saludable en las Escuelas” y registro para nueva beca. *Fortuna. Negocios y Finanzas*

<https://revistafortuna.com.mx/2024/10/21/anuncia-mario-delgado-incio-de-vida-saludable-en-las-escuelas-y-registro-para-nueva-beca/#:~:text=1.,sobre%20refrescos%20y%20bebidas%20azucaradas>

Serra L. L, Ribas L, Pérez C, García C, Peña L, & Aranceta J. (2002) Determinants of nutrient intake among children and adolescents: Results from the EnKid Study. *Ann Nutri and Metab* 2002; 46: 31-38.

Treviño Martínez, R. (2001). *Publicidad comunicación integral en marketing*. México: McGRAW-Hill.

UNICEF (2019, octubre). Estado Mundial de la Infancia 2019. Niños, alimentos y nutrición: Crecer bien en un mundo cambiante, <https://www.unicef.org/mexico/informes/estado-mundial-de-la-infancia-2019>

