

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL
DIRECCIÓN

CITATORIO

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXÁMENES PROFESIONALES
P R E S E N T E

La Escuela Nacional de Trabajo Social autoriza que el (la) alumno (a) _____

Ana Karen Molina Munive

de la Licenciatura en Trabajo Social de la Universidad Nacional Autónoma de México, con la tesis: Comer y saber de los adolescentes en Iztapalapa, Ciudad de México de la modalidad de titulación de **Actividad de Investigación** presente Examen Profesional el día **29 de julio** del 2021 a las **12:00 horas**, en la Sala de Videoconferencias y Usos Múltiples, ubicada en el Edificio “C”, segundo piso, con el siguiente Jurado:

	PROPIETARIOS	FIRMA
Presidente:	MTRA. VIRGINIA MONSERRAT GONZÁLZ MONTAÑO	_____
Vocal:	LIC. AGUSTINA LEÓN SILVA	_____
Secretario:	MTRA. GUADALUPE CORTÉS OSRONO	_____
	SUPLENTES	FIRMA
1er Suplente:	MTRA. MARÍA LUISA BRAIN CALDERÓN	_____
2º Suplente:	MTRA. ALMA ROSA LÓPEZ OLMEDO	_____

ATENTAMENTE
“POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU”
Ciudad Universitaria, Cd. Mx., 10 de junio de 2021.

LA DIRECTORA

MTRA. CARMEN GUADALUPE CASAS RATIA
CGCR/fhc





UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL

*COMER Y SABER DE UN GRUPO DE ADOLESCENTES EN
IZTAPALAPA, CIUDAD DE MÉXICO*

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

TRABAJO SOCIAL

P R E S E N T A:

Ana Karen Molina Munive



DIRECTOR DE TESIS:

Mtra. Monserrat Virginia González Montaño

Ciudad Universitaria, Cd. Mex., 2020



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL.

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

En 2011 inicié una aventura en la Escuela Nacional de Trabajo Social sin imaginar los cambios que iba a tener a nivel profesional y personal. Hoy, después de concluir los créditos para titularme, pienso en todos esos años de esfuerzo y dedicación para ser Licenciada en Trabajo Social y construir de la mano de la comunidad nuevas realidades sociales basadas en el buen vivir.

Agradezco a mis padres y hermanos por apoyarme siempre en mis decisiones. A Renata Quintana y Alonso Molina por enseñarme que, a pesar de las dificultades, siempre tenemos que buscar soluciones de manera creativa.

A mis amigos, especialmente a lo que me acompañaron en este proceso: Génesis Flores, Leidy García, Jennifer López, Paola Pineda y Ernesto Osorio, quienes me motivaron, aconsejaron, escucharon y, sobre todo, estuvieron en esos momentos donde las emociones estallan.

A Gibrán Sosa por su apoyo como cronista en el desarrollo del taller *¿Qué comemos?*

También agradezco a cada uno de mis profesores de la licenciatura, en especial a Alma Rosa López Olmedo, Angélica Montellano, Ana Guadalupe Pérez Balcázar e Imelda Manzo Guerrero por su compromiso en formar profesionales críticos y consientes.

Por último, agradezco a la persona más importante para el desarrollo de esta investigación, mi asesora la maestra Monserrat Virginia González Montaño, por creer en mi proyecto, motivarme a alcanzar mis metas y, sobre todo, apoyarme en este proceso. Doy gracias por su confianza y por hacerme sentir que este trabajo contribuye a la lucha por la defensa de una alimentación sana y nutritiva.

Índice

Introducción.....	5
Presentación de capítulos.....	7
Justificación.....	9
Capítulo 1.- Cambios en el patrón alimentario.....	15
1.1.- La alimentación en la época prehispánica.....	18
1.2.-La alimentación de dos mundos.....	25
1.3.- La homogenización alimentaria.....	32
Capítulo 2.- El impacto de la alimentación en la prevalencia de obesidad en México.....	42
Capítulo 3.- La representación social de la alimentación en un grupo de adolescentes de Iztapalapa, Ciudad de México.....	57
3.1.- El lugar para nuestro estudio de caso.....	59
3.2.- El desarrollo del taller ¿Qué comemos?.....	63
3.3.- Los resultados del taller: representaciones sociales sobre el comer.....	74
4.- Conclusiones y propuestas.....	95
Fuentes de consulta.....	100
Anexos.....	107
Anexo 1 Tablas de Índice de Masa Corporal.....	107
Anexo 2 Guía de entrevista a docentes.....	113
Anexo 3 Guía de observación.....	114
Anexo 4. Carta descriptiva del taller: ¿Qué comemos?.....	115

Introducción

El presente trabajo se realizó en el marco del Programa Jóvenes a la Investigación de la Escuela Nacional de Trabajo Social. La propuesta nace por la preocupación en torno del aumento en los índices de obesidad en los adolescentes y el consecuente planteamiento de alternativas de intervención profesional para disminuir esta problemática. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición Medio Camino 2016, la Ciudad de México es la región que presenta la mayor prevalencia de obesidad en adolescentes, índice que aumentó de 14.9 en 2012 a 18.8 en 2016. El problema es que las posturas que existen sobre esta patología se centran principalmente en el individuo y en causalidades o tratamientos médicos, nutricionales y físicos, dejando a un lado factores sociales y políticos que influyen de manera determinante en el consumo de determinados alimentos, específicamente de los procesados industrialmente.

El objetivo general de la presente investigación es explorar las representaciones sociales acerca del consumo de alimentos en un grupo de adolescentes de la alcaldía Iztapalapa (Ciudad de México), específicamente de los alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados. Para esto se implementó un taller denominado *¿Qué comemos?*, basado en la metodología de grupos de discusión con seis jóvenes estudiantes de nivel secundaria. Durante el taller se desarrollaron actividades como el collage, debates, que me permitieron un acercamiento puntual a las representaciones sociales de nuestro interés.

Además del taller con los estudiantes de la escuela secundaria, se aplicaron otras técnicas de investigación: entrevistas semiestructuradas a profesores, recorridos de observación dentro y fuera de la escuela, revisión documental en diferentes medios impresos y electrónicos, revisión de la bibliografía clásica y actual sobre el tema, así como la asistencia y participación en eventos académicos, culturales y de comunicación social.

Todo esto permitió cumplir con los siguientes objetivos particulares:

1. Proporcionar un panorama del desarrollo histórico del patrón alimentario en México, considerando como momentos importantes la etapa prehispánica, la colonización española y el surgimiento de las grandes empresas que consolidaron la homogeneización alimentaria.
2. Analizar el aumento de la prevalencia de la obesidad en México como un problema de salud pública relacionado con el incremento en el consumo de alimentos procesados y ultraprocesados experimentado en los últimos años.
3. Generar propuestas de solución a esta problemática a partir de la experiencia de trabajo con adolescentes desarrollada en el taller *¿Qué comemos?*

El estudio de las representaciones sociales sobre los alimentos que consumen las y los adolescentes resulta importante por las relaciones que se establecen entre salud/consumo de alimentos y consumo de alimentos ultraprocesados/obesidad. En esta dirección, las actividades de promoción de la salud y prevención de la obesidad en las que se involucran los profesionales del Trabajo Social son importantes para desarrollar materiales, estrategias y proyectos que tomen en cuenta este conocimiento social de los alimentos ultraprocesados para disminuir la prevalencia de obesidad en adolescentes.

A partir de la experiencia de trabajo directo con los adolescentes y las técnicas de investigación utilizadas, la presente tesis brinda información a especialistas en el tema, padres de familia, profesores, autoridades de educación básica y población en general que puede ser útil para elaborar planes, programas y proyectos con una perspectiva holística. La propuesta es contribuir a la disminución de la prevalencia de obesidad en adolescentes tomando en cuenta el sistema alimentario, la salud alimentaria, el medio ambiente, la educación, la cultura y los derechos humanos, principalmente, a través de un enfoque que no responsabiliza a los individuos.

Presentación de capítulos

Los resultados de la investigación se presentan de la siguiente manera. En el Capítulo 1 se describen los cambios en el patrón alimentario en México, desde la época prehispánica hasta la actualidad, analizando brevemente el contexto social, político y económico que condujeron a cambios en la forma de producir, transformar y consumir los alimentos.

En el Capítulo 2 se analiza el aumento de la obesidad y el sobrepeso, en el marco de las dos principales corrientes que explican el incremento de estas patologías: la sostenida por las grandes productoras de alimentos ultraprocesados y la propia de las organizaciones de la sociedad civil defensoras de los derechos del consumidor.

En el Capítulo 3 se relata el desarrollo del taller ¿Qué comemos?, realizado con adolescentes de una escuela secundaria localizada en el barrio San Lucas de la Alcaldía Iztapalapa (Ciudad de México). Asimismo, se presentan los resultados de esta experiencia de trabajo con respecto de las representaciones sociales que tienen los participantes alrededor de la alimentación, a lo que se suman los resultados de la entrevista con un profesor y las observaciones de campo realizadas en el entorno inmediato.

Finalmente, en el Capítulo 4 se exponen las conclusiones generales del presente trabajo y se delinean algunas propuestas de solución para la problemática abordada.

A partir del trabajo con los adolescentes participantes del taller, se pudo observar que un alto consumo de alimentos ultraprocesados, los cuales son considerados sanos y se eligen por su sabor, precios, tamaño (¿cuál llena más?), ofertas, facilidad de transportación y tiempo de elaboración. Además, se identificó que las y los adolescentes consideran a los alimentos ultraprocesados como "sanos", a partir de la información engañosa que la publicidad les proporciona. Se identificó que tal desinformación, el desconocimiento del origen y contenido de los

alimentos son factores determinantes para que las personas sigan consumiendo alimentos ultraprocesados.

En este aspecto, el trabajador social puede devenir en un agente de cambio frente a esta problemática basándose en la investigación social y la reeducación alimentaria de la población adolescente por medio de estrategias socioalimentarias que permitan la reflexión de lo que se consume de manera cotidiana. Entre estas estrategias están en la organización, promoción y gestión de campañas de difusión de alimentos culturalmente apropiados; la creación de huertos urbanos con fines educativos en parques y escuelas; el desarrollo de iniciativas diversas enfocadas en niñas, niños y adolescentes; y la realización de talleres sobre el origen y contenido de los alimentos y de preparación de comidas culturalmente apropiados.

Justificación

En los últimos años, la prevalencia de Enfermedades No Transmisibles (ENT de aquí en adelante) aumentó de manera drástica convirtiéndose en uno de los principales factores de riesgo prevenible y causa de muerte a nivel mundial. Específicamente, la obesidad es una de las ENT que provoca más defunciones y afecta a las poblaciones de ingresos bajos y medios, sobre todo en el medio urbano (OMS, 2016; OMS, 2010).

La obesidad en adolescentes representa un riesgo para la salud porque un 80 por ciento seguirá siendo obeso en la edad adulta y padecerá ENT como la diabetes y padecimientos cardiovasculares a edades tempranas.

En México, la diabetes es la principal causa de muerte en adultos de 45 a 64 años y la segunda en adultos de 65 años y más (INEGI, 2014; ONU 2016), situación que nos pone frente a un verdadero reto de salud pública, pues anula la salud y la calidad de vida inmediata y futura de un número importante de personas.

Debido al aumento de las prevalencias de obesidad en el mundo, ésta es considerada una pandemia. Y América Latina tiene la prevalencia más alta al interior de este panorama. De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2010), de la población con más de 20 años, el 62 por ciento tiene sobrepeso y el 26 por ciento padece obesidad. Ejemplos destacados de esta situación son México, Chile y Estados Unidos, países donde el sobrepeso y la obesidad afectan aproximadamente a 7 de cada 10 adultos.

En lo que respecta a la prevalencia de obesidad en la niñez y la adolescencia en América Latina, se calcula que aumentó en niños de 0 a 5 años de ambos sexos; además, entre el 20 y el 25 por ciento de los adolescentes se ven afectados por el sobrepeso y la obesidad (OPS; 2010: 13).

Para México, en 2012 se reportó que aproximadamente el 35 por ciento de sus adolescentes entre los 12 a 19 años de edad tenían sobrepeso u obesidad, es

decir, que más de uno de cada cinco adolescentes tenían sobrepeso y uno de cada diez presentaba obesidad (Instituto Nacional de Salud Pública & Secretaría de Salud Pública, 2012). De acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud 2012 (Ensanut, 2012) la prevalencia de obesidad en adolescentes pasó de 11.9 por ciento en 2006 a 13.3 por ciento en 2012. En 2016 la prevalencia de obesidad se incrementó 0.6 puntos porcentuales con referencia a la percibida en 2012. El aumento en la prevalencia de obesidad en adolescentes del sexo femenino y masculino se mantuvo constante entre 2006 y 2016, siendo los más afectados los adolescentes del sexo masculino. La Ciudad de México tiene la prevalencia más alta de obesidad en adolescentes en comparación con otras regiones del país, la cual pasó de 14.9 por ciento en 2012 a 18.8 por ciento en 2016 (Instituto Nacional de Salud Pública & Secretaría de Salud Pública, 2016).

La Comisión para acabar con la obesidad infantil de la Organización Mundial de la Salud (OMS) señaló que muchos países están afrontando una doble carga de morbilidad, es decir, continúan encarando los problemas de enfermedades infecciosas y de desnutrición, y ahora el aumento en los factores de riesgo de las ENT, como la obesidad y el sobrepeso. Esta dualidad entre desnutrición y obesidad, no sólo coexiste en un mismo país sino también en la misma comunidad y hasta en el mismo hogar (OMS, 2016; OMS, 2010).

Teniendo en cuenta este panorama es pertinente hacerse las siguientes preguntas: ¿Existe una relación entre desnutrición y obesidad? ¿Por qué a pesar de la alta producción de alimentos siguen existiendo casos de desnutrición en un mismo espacio? ¿Por qué ha aumentado la obesidad? Las respuesta deben partir del hecho de que la obesidad está vinculada a estilos de vida que promueven o son condescendientes con esta acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud, que se da a partir del desequilibrio entre la ingesta y la utilización de energía, es decir, entre el consumo de alimentos y la actividad física.

Pero ¿qué relación tiene con la desnutrición? La desnutrición y la obesidad tienen como eje común la alimentación. De acuerdo con el Plan de Acción de la

OPS (2014), los factores más importantes que promueven el aumento de peso y la obesidad se vinculan con el consumo elevado de productos de bajo valor nutricional y contenido alto de azúcar, grasa y sal, sobre todo la ingesta habitual de bebidas azucaradas, a lo que se suma la actividad física insuficiente, todo lo cual da origen a un ambiente obesogénico¹.

Por tanto, el eje común de la obesidad y la desnutrición es el consumo de productos *ultraprocesados*², propiciados por las grandes productoras de alimentos. En los últimos años, por ejemplo, la OMS y la OPS han señalado la ingesta de estos productos como una de las principales causas de obesidad y desnutrición, ya que dichos alimentos se caracterizan por tener un alto contenido energético pero poco o nulo nivel de nutrientes.

A nivel mundial, de acuerdo con el *Informe de alimentos y bebidas ultraprocesadas en América Latina* -presentado en 2015 por la OPS- las ventas de productos ultraprocesados aumentaron en 43,7 por ciento pasando de 328,055 kilotoneladas³ en el 2000 a 471,476 kilotoneladas en el 2013. En la región de América Latina las ventas en volumen en kilotoneladas de alimentos ultraprocesados pasaron de 53,458 en el año 2000 a 79,108 para 2013, es decir, el crecimiento anual de 2000 a 2013 representó un 3.1 por ciento (OPS, 2015: 16).

¹ Entorno que fomenta la ingesta calórica elevada y el sedentarismo. Se tienen en cuenta los alimentos disponibles, asequibles, accesibles y promocionados; las oportunidades para practicar una actividad física; y las normas sociales en relación con la alimentación y la actividad física (OMS, 2016, 4).

² Los productos ultraprocesados son formulaciones industriales elaboradas partir de sustancias derivadas de los alimentos o sintetizadas de otras fuentes orgánicas que aportan un alto contenido calórico y bajo valor nutricional. Algunas sustancias empleadas para elaborar los productos ultraprocesados como grasas, aceites, almidones y azúcar, derivan directamente de alimentos. Otras se obtienen mediante el procesamiento adicional de ciertos componentes alimentarios, como la hidrogenación de los aceites (que genera grasas trans tóxicas), la hidrólisis de las proteínas y la "purificación" de los almidones. La mayoría de los ingredientes de los productos ultraprocesados son aditivos. Son alimentos considerados malsanos (OPS, 2015: 1-7).

³ Kilotonelada; mil toneladas. Los alimentos y bebidas ultraprocesados referidos son: bebidas gaseosas, *snacks*, cereales para el desayuno, dulces y caramelos, helados, galletas, jugos de frutas y verduras, bebidas deportivas y energizantes, té o café listos para beber, productos para untar, salsas y comidas listas (OPS, 2015: 16).

Por su parte, el volumen de ventas⁴ de las bebidas gaseosas en la Región de las Américas se duplicó entre los años 2000 y 2013. En el 2000, las ventas totales eran de US \$ 61,000 millones en América del Norte (Estados Unidos y Canadá) y de US\$ 38,000 millones en América Latina. Sin embargo, las ventas en América del Norte, aumentaron en 25 por ciento hasta llegar a US\$ 76,000 millones en 2013, aunque se estabilizaron e incluso comenzaron a declinar a partir de 2012. En contraste, las ventas en América Latina se duplicaron entre el 2000 y el 2013 y superaron a las de América del Norte con una cifra de US\$ 81,000 millones. ES evidente el mercado potencial que representa actualmente América Latina para esta gama de productos ultraprocesados (OPS, 2015: 16-17).

En 2013, México se ubicó como el cuarto país con el mayor número de ventas al menudeo anuales per cápita de alimentos y bebidas ultraprocesadas en comparación con 79 países, esto según los resultados de la base de datos Passport de Euromonitor citado en "Informe de alimentos y bebidas ultraprocesadas: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas en América Latina" presentado en 2015 por la OPS.

De acuerdo con la Encuesta Nacional De Salud y Nutrición Medio Camino (Ensanut MC, 2016), en México 83.9 por ciento de los y las adolescentes entre los 12 y 19 años de edad consumen regularmente bebidas azucaradas no lácteas, 59.4 por ciento comen botanas, dulces y postres y 50.3 por ciento hace lo propio con cereales dulces, lo que representa una elevada proporción en el consumo de alimentos no recomendables para su consumo cotidiano. (Instituto Nacional de Salud Pública & Secretaría de Salud Pública, 2016:10).

Este contexto nos permite destacar la importancia de la participación de las ciencias sociales, entre ellas el Trabajo Social, para conocer las múltiples dimensiones de la problemática y poder enfrentar la creciente prevalencia de obesidad en edades tempranas dado que esta patología es mayormente prevenible si se relaciona con hábitos de alimentación suscritos a un modelo

⁴ Las ventas incluyen tanto las compras en tienda (al menudeo) como las compras en centros de consumo (bares, restaurantes) (OPS, 2015: 16).

dominante de producción, distribución, promoción y consumo de productos mercantiles llamados "alimentos ultraprocesados". Esto significa que la obesidad debe ser atendida como un problema complejo que no se puede acotar a una decisión individual: en realidad es un problema de salud pública causado por diversos factores sociales, económicos, políticos y culturales, por lo que demanda un estudio multidisciplinario y con enfoque de derechos humanos.

Un aspecto importante para combatir la obesidad es frenar el aumento de las ventas de productos ultraprocesados en nuestro país. Y para esto es indispensable explorar la representación social del consumo de alimentos, es decir, los

... conceptos, afirmaciones y explicaciones que se originan en la vida cotidiana en el curso de las comunicaciones individuales que están ligadas con una forma especial de adquirir y comunicar el conocimiento, una forma que crea realidades y sentido común (Moscovici, 1961 en Montero, 1994:117), que constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión, el dominio del entorno social, material e ideal (Jodelet, 1984: 474).

El objetivo es conocer la relación entre el comportamiento y las prácticas individuales o colectivas como producto de la interacción de múltiples factores y variables (aspectos políticos, sociales, económicos y ambientales) que influyen en el consumo de determinados alimentos; y que se pueden identificar por medio del discurso y las prácticas, dando oportunidad de tejer estrategias de consumo de alimentos saludables y culturalmente apropiados.

El estudio se centra en los adolescentes, no únicamente por el aumento de obesidad en este grupo de población, sino también porque la adolescencia es una etapa de la vida que constituye una gama de oportunidades para fomentar el protagonismo social, la responsabilidad en el consumo y la exigencia de acceso a alimentos nutritivos.

Otros aspectos importantes a explorar en el conocimiento social sobre el consumo cotidiano de alimentos son el discurso y las prácticas de los participantes, pues a partir de ellos se pueden localizar las relaciones entre la

salud y el consumo de alimentos y el consumo de alimentos ultraprocesados y la obesidad, con la finalidad de que este conocimiento sirva, por ejemplo, para el diseño de materiales, actividades, estrategias y proyectos de promoción de la salud y prevención de la enfermedad, en las que se involucre el trabajador social.

El estudio de las representaciones sociales de los adolescentes sobre los alimentos muestra las dinámicas de traducción de la ciencia en sentido común y su asimilación en la vida cotidiana, a partir del contexto histórico y cultural que conlleva a transformaciones en un sistema de conocimientos y prácticas.

Esta investigación, desde la mirada del Trabajo social, destaca la importancia fundamental de la alimentación como un derecho, concebido en el Artículo 4º Constitucional, a garantizar por el Estado y que atraviesa el análisis de las políticas públicas relacionadas con el comercio y la actividad agropecuaria, para determinar el suministro de alimentos nutritivos.

Por último, esta investigación ofrece la oportunidad para el estudio de la vida social, pues el consumo de alimentos deja entrever las relaciones, estructuras, expectativas y aspiraciones que tienen los adolescentes y que incluyen creencias, ideologías, identidades y prácticas culturales. Por lo tanto, los resultados de esta investigación servirán para que trabajadores sociales y profesionales interesados diseñen, ejecuten y evalúen políticas públicas y estrategias que contribuyan a disminuir el consumo de alimentos ultraprocesados entre los adolescentes.

Capítulo 1.- Cambios en el patrón alimentario

La noción de representación social corresponde a la manera en que los sujetos sociales aprehendemos los conocimientos de la vida diaria, los rasgos principales de nuestro medio ambiente y las informaciones que en él circulan. A este tipo de conocimiento se le denomina "espontáneo", "ingenuo", de sentido común o práctico porque se constituye a partir de nuestras experiencias, informaciones, conocimientos y modelos de pensamientos que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social.

Cabe aclarar que la representación social como concepto constituye una forma de conocimiento y esto podría implicar el riesgo de reducirla a un acontecimiento interindividual donde lo social tan sólo interviene de forma secundaria. Además, el hecho de que se trate de una forma de pensamiento social entraña el peligro de diluirla en fenómenos culturales o ideológicos. No obstante, la representación social designa una forma de conocimiento específico -el saber de sentido común- cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. La caracterización social de los contenidos de representación se refiere a

...las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás (Jodelat, 1990:472-475).

Dada la manera en que se construye el conocimiento práctico, y partiendo de la idea que la alimentación es una acción de aprovechamiento individual pero una construcción grupal, resulta importante contextualizar los cambios en el patrón alimentario⁵ pues los factores culturales, sociales, económicos y políticos definen

⁵ Un patrón alimentario es un conjunto de productos que un individuo, familia o grupo social consume de manera ordinaria, según un promedio habitual de frecuencia estimado de por lo menos un día. Cabe considerar que dichos productos tienen que contar con un arraigo en las preferencias alimentarias que pueden ser recordadas por lo menos 24 horas después de consumirse. En la conformación del patrón alimentario intervienen factores multicausales como la cultura, los hábitos, el entorno físico, disponibilidad de recursos, las actitudes, los valores sociales, entre otros (Torres, 2001: 239 en Pérez, 2009: 44).

la estructura de lo que una sociedad considera apropiado para satisfacer sus necesidades alimentarias.

La contextualización del consumo de alimentos de un grupo de adolescentes de Iztapalapa, CDMX permite interpretar y pensar el actual consumo de alimentos tomando en cuenta las situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones involucrados. En esa dirección, la comunicación en el estudio de las representaciones sociales resulta importante porque en ella se dan a conocer los marcos de aprehensión que proporciona el contexto y los valores e ideologías relacionados con la posición y pertenencias sociales específicas.

Esto significa que, para realizar modificaciones en el consumo de alimentos, es necesario modificar el patrón alimentario, introduciendo cambios en los hábitos, las costumbres, las necesidades y preferencias de los individuos, así como modificaciones en la estructura productiva, comercial, de generación y distribución de la riqueza (Torres, 2001: 239 en Pérez, 2009: 44).

Para esto es indispensable conocer los procesos históricos, económicos, sociales y culturales que han influido en la situación alimentaria, o impactado en las formas de producción, distribución y transformación de alimentos. Es el caso de la introducción de nuevas tecnologías y la incorporación de equipos e instrumentos que facilitan la preparación de los alimentos, lo que impacta en cómo se prepara, qué se come y cómo se come. Estos cambios en el consumo de alimentos han perfilado un comportamiento moderno alimentario.

Bajo el esquema de modernización y desarrollo se han justificado modificaciones en el proceso de producción, distribución, adquisición, preparación y consumo de alimentos que han convertido a los alimentos en una forma de poder y riqueza para la industria alimentaria⁶, que ha conseguido imponer

⁶ La industria alimentaria es el conjunto de actividades que generan productos de origen agrícola, pecuario o marino que se elaboran para el consumo directo y que han pasado al menos por un proceso de transformación industrial donde se haya incorporado como mínimo un insumo adicional a la materia básica, además de ser manufacturados y distribuidos por establecimientos formales, independientes de su nivel tecnológico, del tamaño de la empresa y de sus formas de vinculación con el mercado (Torres: 1997: 19 en Pérez, 2009: 46).

alimentos ultraprocesados por encima de los alimentos originarios de la milpa (maíz, frijol, chile y calabaza) y que ha convertido a los alimentos en mercancía, incorporándolos al mercado y apoderándose de éste, desplazando así el autoconsumo (Cano & Blanco, 1995).

La industria alimentaria tiene, como característica principal, la capacidad para mantener o ampliar la demanda de sus productos gracias a un potente sistema publicitario transformando constantemente sus productos, ya sea a través de la creación de un producto nuevo, de modificaciones en la presentación de los productos existentes o de la combinación de diversos insumos para fabricar alimentos mixtos.

Dicha transformación tiene dos condiciones: por un lado, la induce la presión del consumo, y por otro, las propias estrategias de mercado de las empresas la hacen necesaria. Asimismo, las empresas tratan de innovar o cambiar las formas de presentación, preparación y calidades de sus productos para diversificar sus marcas o incorporar a la presentación de sus productos una idea más cercana a lo natural o casero (Pérez, 2009: 46-48).

Para lograr las modificaciones en el consumo de alimentos la industria alimentaria ha utilizado la publicidad dirigida a que el público adopte una nueva forma de consumo de alimentos basada en productos ultraprocesados, haciendo que el consumidor piense que estos son buenos y económicamente más rentables, es decir, que gasta poco alimentándose de esta manera. Con esto, se intenta despojar a una determinada sociedad de los alimentos que para su cultura no solo tienen un valor nutricional sino también espiritual.

A continuación, describo los acontecimientos políticos, sociales, culturales y económicos que modificaron el patrón alimentario y que han generado que los alimentos sean concebidos como mercancías, lo que conlleva la idea de que el acceso a los alimentos es posible únicamente por medio de la compra y venta de los productos disponibles en relación a calidad y precios, situación que refleja un

modelo de clasificación de las cosas a partir de la economía y de la cultura que promueve una tendencia a homogenizar la alimentación creando esquemas de valoración derivada de la cultura alimentaria promovida por la globalización económica (Cano & Blanco, 1995; Pérez, A., 2009).

1.1.- La alimentación en la época prehispánica

La alimentación en la época prehispánica tenía una estrecha relación con el hombre porque representaba un lazo de identidad. Además, para las poblaciones prehispánicas el origen de los alimentos se relacionaba con la divinidad, pues en la cosmovisión de los indios mesoamericanos la agricultura tuvo un lugar fundamental porque de la tierra provenían los principales alimentos. Prueba de ello son los mitos que diversos grupos humanos crearon sobre el origen de los alimentos, que a su vez se relacionan con el origen del hombre.

En el libro *Tlacualero Alimentación y cultura de los Antiguos Mexicanos*, de Barros y Buenrostro, se narran historias que vinculan la divinidad con el origen de los alimentos y el origen del hombre a partir de los alimentos. Destacadamente, en el *Popol Vuh* se describe la creación del hombre a partir del maíz, lo cual muestra el lazo divino que nuestros antepasados crearon con la alimentación, pues en sus creencias, divinidades, mitos y rituales estuvieron presente los principales elementos vinculados con la agricultura: viento, sol, lluvia y tierra. De acuerdo con su cosmovisión la vida giraba en torno al ciclo ceremonial unido al ciclo agrícola.

El patrón alimentario en la época prehispánica estaba condicionado por factores como la ubicación geográfica, las condiciones ambientales y la tecnología diseñada por cada cultura para la producción, preparación y mejoramiento de los alimentos. Desde sus orígenes, el hombre ha desarrollado técnicas y estrategias para la transformación de alimentos en comidas, es decir, para tener una alimentación sana y variada. Para ello desarrollaron utensilios⁷, insumos,

⁷ Metates, molcajetes, jícaras, cazuelas y ollas de barro, comales, tecontomoli (vaporeras), etcétera.

materiales y técnicas para cocinar, endulzar, salar y condimentar los alimentos, así como tiempos en el servicio de mesa que incluían diversos platillos y bebidas, costumbres que pervivieron por varias generaciones.

Desde la época prehispánica se desarrollaron procesos tecnológicos para la conservación o el aprovechamiento de los alimentos, esto con el fin de tenerlos disponibles en tiempos de escasez y mejorar su calidad nutricional. Las técnicas utilizadas para la conservación de alimentos fueron:

El saldo, el enchilado, el concentrado, el tatemado (*mextlapiques*) y mezquitmal (se prepara una harina molendo las vainas secas de mezquite, después se guarda en una peca madura de un nopal que al mismo tiempo es impermeable y permite su conservación). (Barros y Buenrostro, 2016: 183, 184).

Dentro de los procedimientos para mejorar la calidad de los alimentos, que actualmente se siguen utilizando, destaca la nixtamalización, que consiste en convertir la harina de maíz en una masa flexible, más digerible y con un añadido de calcio que mejora sus cualidades nutritivas. Igualmente, alimentos como el cacao eran fermentados, tostados y para liberar sus aceites, de lo que nacia el chocolate.

Algunos de estos procesos de conservación y transformación de alimentos siguen vigentes y son muestra de la continuidad cultural indígena y de la eficiencia de estas técnicas, que se basan principalmente en conservar y/o mejorar la calidad nutricional de los alimentos. En ese sentido, tenemos una larga tradición en la conservación y transformación de alimentos enfocada en garantizar la alimentación nutritiva en tiempos de escases y abundancia.

Esta conservación de alimentos se beneficiaba por el intercambio directo productor y consumidor, a lo que se sumaba la organización de la comercialización a través de los *tianguis*. De acuerdo con Pérez, los *tianguis* se caracterizaron por el orden, la limpieza, la abundancia y la variedad que en ellos había. Las ventas se realizaban por medio de intercambio o trueque y se ajustaban con semillas de cacao que les valían como moneda. Además, los *tianguis* cumplían con una función social importante pues solían ser lugares de

interacción y encuentros personales. Estos espacios de intercambio de productos fueron y son muy importantes para acceder a alimentos frescos de manera más directa, pues se ubican en las plazas o lugares públicos más trascurridos.

Para el transporte de alimentos se crearon embalajes particulares que variaron con el tiempo y que se realizaban con material orgánico; por ejemplo, con contenedores de tule tejido, o con cestas y redes hechas de fibras hiladas y tejidas. Los embalajes se adecuaban a las formas de transportarlos. Por su utilidad y eficiencia, diversos embalajes que se utilizaban en la antigüedad permanecen en uso hasta el día de hoy.

Para el traslado se utilizaban huacales – *cuahuacalli*- cargados en las espaldas. Además, para llevar frutas y hortalizas se usaron los *tecolpetes*, contenedores hechos de varas dobladas en forma de arco y entretejidas con metate o palma torcida. A esto se sumaron las *Matlal*, palabra que se usa como genérico en náhuatl para designar los diferentes tipos de red, a la que usualmente se le agrega la partícula que tipifica su uso específico como en *matlaxiquipilli*, que significa talega de red (Barros y Buenrostro, 2016: 244).

Un aspecto importante a la hora de comer eran los utensilios, los cuales expresaban un reconocimiento social: en el caso de los mercaderes, sacerdotes y *tlatoanis* la comida se elaboraba y se servía en utensilios decorados con pinturas elaboradas a base de aceite de chia y aje (Barros y Buenrostro, 2016: 231). En la elaboración de las vajillas se utilizaban diversos materiales como cáscaras de calabaza o de guaje, vacías y partidas a la mitad, que servían para cocer alimentos de manera muy particular, además de metates, molcajetes y diversas vasijas de barro. Así, los trastes utilizados tenían una estrecha relación con los elementos de la naturaleza.

En esa época Iztapalapa fue uno de los principales productores de alimentos. Su comercialización se realizaba principalmente mediante *trajineras* en las que solían transportarse grandes cantidades de frutas, verduras y flores que se vendían en los *tianguis* realizados cada cinco días en diferentes lugares (Barros y Buenrostro, 2016: 50).

En cuanto a las profesiones y oficios, las más frecuentes eran las de campesino, artesano, pintor, mercader y guerrero. Para ser sacerdotes se tenía que profundizar en distintas áreas del conocimiento. Los médicos y las parteras se ocupaban de la salud de los mexicas. En relación con la cocina, todos los integrantes de la familia realizaban una tarea específica a la hora de la preparación de alimentos, por ejemplo:

Las mujeres se levantaban muy temprano para preparar el nixtamal, molerlo en el metate y preparar las tortillas para los hombres de la casa que cuidaban las milpas en los terrenos que se les destinaban en las áreas comunales, podían estar tierra adentro o en la chinampería, así que caminaban o navegaban hasta allá en sus canoas o chalupas (Barros y Buenrostro, 2016: 50).

El principal sistema de cultivo que utilizaron nuestros antepasados, en la zona lacustre del valle de México, fue la chinampa, donde se cultivaba toda clase de plantas comestibles y de ornato. El trabajo de campo tenía como centro al maíz, que era considerado fundamental en la alimentación por la variedad de preparados culinarios que se pueden realizar con él; lo comían en granos enteros o molidos.

Durante esta época, la alimentación estaba estrechamente vinculada con los productos que la propia naturaleza brindaba a partir del espacio geográfico inmediato y las condiciones ambientales circundantes, las cuales se fueron modificando con la domesticación de plantas y animales. Dávalos describe esta situación de la siguiente manera:

El maíz se llegaba a producir hasta tres veces al año; en la milpa se cultivaban adicionalmente frijol, calabaza, chile, jitomate, e incluso amaranto y chíca, además de los numerosos quelites como pápalo, verdolaga, quintonil, malva, huauquilitl ... Las aves que consumían eran el pavo o guajolote, el coxoltili y el tepetototl, palomas y codornices que criaban domésticamente, el resto de aves que utilizaban como alimentos eran de huéspedes transitorias de los lagos, lagunas y ríos o bien las habitaban en bosques. También se alimentaban de las ranas, los ajolotes, los acociles, así como distintos insectos, la huevo de mosco llamado axeyacatl, y diversos peces como el xul, el cuñiapetotl (pez de vientre grande), o las variedades de pescado blanco: amiloti, xalmichi e iztacmichi (Dávalos, 1954: 104-105 en Pérez, 2009: 9).

Barros y Buenrostro completan esta descripción:

De los bosques de los alrededores, en épocas de lluvia se obtenían hongos sabiamente recolectados por hombres y mujeres, e incluso por los niños que aprendían de sus padres esta y, en general, todas las labores. Para la enseñanza de algunas especialidades había escuelas específicas. En los montes se cazaban ardilla, venado, conejo, liebre, armadillo; y aves como tórtolas, palomas, codornices y huijotas. Los panales de abejas y avispas que se formaban en las ramas de los árboles proveían de miel. En las laderas del norte de la cuenca y en la actual Milpa Alta se cultivaba el maguey que era otra fuente de endulzante pues se utilizaba el aguamiel tal como se extraía, o lo convertían en azúcar” (Barros y Buenrostro, 2016: 51,53).

En lo que respecta a las bebidas consumidas en aquella época, el alcohol era una bebida controlada y restringida para ceremonias. Estaba limitado por sanciones tanto legales como sociales; por ejemplo, la embriaguez en público se sancionaba con la muerte. El consumo del pulque, que era la bebida más popular, estuvo restringido a ciertos grupos sociales y festividades del calendario ritual (Super & Tomas 1989: 29 en Pérez, 2009: 13). Se usaba no solamente como licor sino como complemento por su calidad nutritiva importante que compensaba la falta de verduras y proteínas. Se tenía por demostrado que el pulque, tomado en dosis moderadas, facilita la digestión, provoca sueño y sensaciones de enfuria sin producir irritación.

Se pudiera pensar que la alimentación en la época prehispánica era equitativa para todos. Sin embargo, esto no era así. La alimentación era diferente de acuerdo con la jerarquía social a la que se pertenecía; pues de acuerdo con Pérez:

Los reyes y señores gozaban de la multiplicidad de viandas, y del consumo de cacao y la vainilla, alimentos considerados como privilegios para las personas importantes. Por su parte, el habitante del altiplano era un individuo con una alimentación sin excesos. Desde pequeño se les enseñaba a no abusar de los alimentos; su dieta consistía en maíz, frijol y chile, principalmente (Pérez, 2009: 10).

La preparación de algunos alimentos dependía muchas veces de un evento específico, convirtiendo la elaboración de comida en un ritual del que participaban

todos, cada uno con una tarea específica a realizar. Por ejemplo, cuando se le ponía nombre a los niños, Barros y Buenrostro nos dicen que

...otros entendían de pelar las gallinas, otros en asarlas, otros en cocerlas. Las mujeres, viejas y mozas, entendían de hacer tamales de diversas maneras. Unas de ellas llevaban el maíz cocido, otras quitaban la coronilla del maíz [...] Había las que acarreaban el agua. Otras quebraban el cacao; otras le molían; otras mezclaban el maíz cocido con el cacao; otras hacían potajes (...) la manera de llevar los alimentos implicaba un ceremonial cuidadoso y por eso se elegía para atender en los banquetes a gente de la nobleza. Los cajetes (...) no se tomaban por la orilla; se llevaban en la palma de la mano. Al terminar la comida se lavaban las manos y la boca y luego venían los que servían de cacaos, y ponían a cada uno una xícara de cacao, y le ponían su platillo (...) (Barros y Buenrostro, 2016: 247,248).

Podemos ver que la alimentación de nuestros antepasados estaba vinculada con la naturaleza circundante. Es por ello que existen distintas expresiones regionales en torno a la alimentación. Desde entonces la alimentación estaba estructurada y tenía todos los elementos necesarios para ser completa en sí misma: estaba integrada por ingredientes vegetales (los quelites o plantas verdes comestibles, diversas flores, frutos de árboles y arbustos, semillas y hongos) y animales, además de condimentos, endulzantes y sales, todo preparado con muy variadas técnicas culinarias. Desde entonces hubo un fuerte intercambio cultural y comercial que abría nuevas posibilidades en la preparación de alimentos. Así mismo, el acto de comer era un

...estímulo placentero para los órganos de los sentidos, medio de expresión estética, instrumento eficaz de comunicación y vinculación social, elemento central de ritos, ceremonias y celebraciones festivas o luctuosas. Así como una herramienta para mantener y fortalecer el sentido de identidad (Bourges, H. en Barros y Buenrostro, 2016: 19).

Esta situación que se ha ido modificando debido a la influencia económica, social, cultural y política que se tiene en la forma de producción, transformación, distribución y consumo de los alimentos.

En conclusión, es importante conocer el contexto y el conocimiento que tenía la población prehispánica de la alimentación, la cual estaba relacionada con la divinidad y el origen del hombre; pensamiento que influyó en la manera en cómo

se cosechaban, mejoraban y consumían alimentos. Todo estaba dirigido a mejorar la calidad nutricional de los alimentos. Ejemplo de ello es la realización de conservas para tiempos de escases, la nixtamalización y la producción en milpa.

Los factores determinantes del consumo de alimentos durante la época prehispánica eran el espacio geográfico y el ambiente cultural. El primero, porque las condiciones ambientales influyeron en la forma de producir, transformar, movilizar y consumir alimentos. El segundo, porque la producción y preparación de alimentos, principalmente, respondían a un ritual que iba desde lo familiar hasta lo comunitario (por ejemplo, el mole era la comida que se preparaba en festividades importante y que requería de preparativos en donde participaba la comunidad con tareas específicas como recolección, pelado, tostado, etc.).

Una de las semillas más importantes en la alimentación prehispánica fue el maíz, debido a su facilidad de producción y a la variedad de alimentos que se pueden preparar, por ejemplo, tortillas, atole y tamales.

Finalmente, en la época prehispánica la producción era de autoconsumo debido a que la mayoría de personas tenían acceso a un espacio propio para producir alimentos. Los alimentos no estaban mercantilizados, concepción que se modificó con la invasión española.

1.2.-La alimentación de dos mundos

En este capítulo describo la influencia que tuvo el encuentro, durante la invasión española a México entre indígenas, europeos y africanos durante la invasión. Cada uno con su cultura y tecnología, fue decisivo en la forma de obtener, preparar y consumir los alimentos; los procedimientos se modificaron por la adopción de nuevos instrumentos y técnicas de cultivo, la introducción de la ganadería, la apertura de espacios públicos para la venta de alimentos y la utilización de algunos productos indígenas.

Durante los primeros años de la invasión, los españoles introdujeron una gran cantidad de productos nuevos: caña de azúcar, uvas, higos, duraznos, manzanas, membrillos, peras, granadas, naranjas, limas, limones, melones, lechugas, rábanos, cebollas, ajos, pepinos, legumbres, entre otros. Además, en su intento por conservar sus costumbres, desde muy temprano trajeron trigo y carne, dos alimentos básicos en la dieta europea.

Entre los animales que se incorporaron a la dieta indígena y que tuvieron un impacto importante en la preparación de alimentos que actualmente conocemos, destacan la gallina y el cerdo (la primera era semejante a los guajolotes en su apariencia y cuidados, lo que facilitó su adopción y consumo).

Por su parte, los puercos fueron una novedad importante para los indígenas, su tamaño y demás características biológicas les permitieron adaptarse a las nuevas y variadas condiciones naturales de México; su carne era abundante, fácil de obtener, asegurando una fuente accesible de grasa. Los indígenas aceptaron los nuevos alimentos como la carne y el trigo, pero seguían consumiendo maíz, frijol, chiles y tomates. La manteca de puerco abrió plenamente la cocina mexicana a la posibilidad de freír los alimentos y dio origen a numerosos platillos nacionales como las carnitas, los frijoles refritos, y los que incorporan las tortillas o sus derivados fritos, como totopos, quesadillas, chalupas, entre otros (Vargas & Casillas, 2003: 159).

El empleo del cerdo como alimento fue ilimitado, lo que contrastó con la ganadería caballar. Es sabido que el uso del caballo fue restringido y se consideraba un favor y honor importante la autorización para emplearlo a quienes no eran españoles. Otras especies comestibles como las ovejas, cabras y ganado vacuno también se difundieron con rapidez y se convirtieron en un elemento común en las poblaciones indígenas. Incluso se convirtieron en un serio problema al invadir terrenos de cultivo y al contribuir a la erosión de las tierras, lo que modificó la ecología del país, obligando a que su cría se alejara cada vez más del centro del país hacia regiones como la Mixteca oaxaqueña que se volvió la zona abastecedora de lana para fabricación de ropa. El propósito de la cría del ganado vacuno fue doble; por un lado, era fuente importante de carne; por otro, se obtenía el cuero que requería el calzado, los cinturones y sobre todos los implementos destinados a la minería (Vargas & Casillas, 2003: 159; Luiselli, 2017: 64).

En relación a la agricultura, con la llegada de los españoles se incorporaron nuevas técnicas agrícolas que contenía los siguientes elementos: instrumental agrícola de metal, arado con tracción animal, diferentes técnicas de irrigación, -sobre todo las de origen hispano-árabe- y nuevas plantas comestibles entre las que destacaron el trigo, arroz, cítricos, hortalizas, entre otras. Los indígenas percibieron la utilidad de estos artefactos y los adaptaron con efectos a corto y largo plazo sobre la producción y consumo de alimentos en México (Vargas & Casillas, 2003: 156).

Entre las aportaciones hispano-árabes en la irrigación se encuentra el control del curso del agua mediante artefactos movidos por el hombre o los animales, como las norias y el uso de las corrientes de agua como fuente de energía, ejemplificado por los molinos que se difundieron desde los primeros tiempos de la Colonia. El uso de instrumental agrícola hecho de metal tuvo ventajas sobre el de madera y piedra; la tierra se labra con mayor facilidad y los agricultores obtienen mayor rendimiento por su labor. El arado metálico y la tracción animal posibilitaron el cultivo de nuevas tierras y facilitaron el de las existentes. El uso de bueyes, burros o mulas se transformó en un bien común de los campesinos mexicanos a lo

largo de los años del dominio español; los desechos de estos animales se utilizaron, y aún se utilizan, como fertilizantes (Vargas & Casillas, 2003: 159; Luiselli, 2017: 64).

La cultura árabe dejó en España la semilla de la producción industrial de alimentos, entre los que destacaba el azúcar, de gran demanda en Europa. La caña de la que se extrae el azúcar es originaria de India, pero fue uno de los primeros cultivos importados a México ya que se esperaba que el clima favoreciera su alta producción y comercialización. Para producir azúcar se requería de grandes zonas de cultivo húmedo y de abundante mano de obra, sobre todo al momento del corte. La molienda se hacía con el uso de energía potente, y el agua fue lo más accesible. Hernán Cortés importó la caña de las Islas Canarias y mandó construir trapiches de madera para producir azúcar (Vargas & Casillas, 2003: 161).

El dulce rápidamente pasó a ser un ingrediente fundamental de la comida mexicana ya que el azúcar se combinó con las frutas locales para producir ates, orejones, frutas cubiertas, acitrones, entre tantas otras. Pero la historia no termina ahí, la producción de azúcar también favoreció la elaboración de bebidas alcohólicas y pronto se inició el consumo de chinguirito, que compitió con el pulque por su mayor concentración de alcohol. De esta manera en el siglo XVI se encuentra el origen de la afición de los mexicanos por los dulces (Zolla, Carlos en Vargas & Casillas, 2003: 161).

En lo que respecta al trigo, de acuerdo con Vargas y Casillas, en febrero de 1525 se otorgó permiso a Rodrigo de Paz para instalar un molino destinado a la producción de harina, aprovechando el agua del río de Tacubaya. Poco después se autorizó a Nuño de Guzmán en Santiago Tlatelolco para hacer lo propio y se inició la expansión de la producción triguera hacia las zonas vecinas a la Ciudad de México. Durante el primer siglo de la invasión española la producción de trigo fue en aumento, lo que hizo que su precio disminuyera a pesar de las fluctuaciones debidas a malas cosechas. Por lo tanto, y al igual que el azúcar, en

esa época comenzó la que hoy es una de las industrias mexicanas de alimentos más extendidas (Vargas & Casillas, 2003: 161).

En los primeros años de la colonia, el sistema de distribución y abasto de alimentos se basaba en el tianguis y los tributos, pero el desarrollo económico transformó esta situación pues la economía colonial no fue una economía libre sino una economía administrada a través de la participación de la Corona. Los productos más importantes para el abasto urbano eran los granos, como el maíz y el trigo, que provenían de los pueblos indígenas cercanos de Chalco, Coyoacán, Azcapotzalco, Churubusco y Texcoco, así como de sitios de productores más recientes, como Atlixco, Toluca y Huejotzingo (Moreno, 1982: 2 en Pérez, 2009: 21).

Posteriormente, durante el siglo XVIII, se realizan las principales estructuras económicas de la Nueva España y la hacienda se consolida como la principal unidad de producción. La hacienda se convirtió en la nueva instancia que articulaba la economía al concentrar la producción de alimentos. Y creció a medida que los hacendados fueron despojando a los indígenas de sus tierras.

En la Nueva España existía un mercado muy reducido para los productos agrícolas, sobre todo porque la mayoría de la población prehispánica no estaba incorporada a ese mercado y seguían consumiendo el maíz⁹ que cultivaban en sus tierras comunitarias (Moreno, 1982:3 en Pérez, 2009: 21-22). Así que la comercialización de alimentos surgió, básicamente, para satisfacer las necesidades alimentarias de los españoles. Por medio de la encomienda, los españoles obligaron a los indígenas a producir alimentos suficientes que permitieran satisfacer sus necesidades (Pérez, 2009: 22-23).

⁹ Existe información sobre cómo algunos productos tuvieron aceptación fuera de Europa. Por ejemplo, el maíz se cultivó en lo que hoy es Angola desde mediados del siglo XVI, y es hoy de abundante consumo en África en donde se desconoce la técnica de preparar el nixtamal que ocasiona profundos y benéficos cambios en la composición bioquímica del maíz. Con el grano se prepara una cerveza que, al igual que el proceso de nixtamalización (pero por la reproducción de las levaduras) libera niacina y que, por lo tanto evita la pelagra, tan común entre los pueblos que basan su alimentación en el maíz pero sin emplear ningún de estos dos procesos en su preparación (Vargas & Casillas, 2003: 165).

Las harinas se comercializaban a través del sistema de pósitos y alhóndigas. Se usaban, sobre todo, en la elaboración de pan que se consumían en las ciudades. Para aumentar el control sobre la venta de harinas, las autoridades buscaron concentrarlo en un solo lugar; así que en 1659 se ordenó el traslado de las panaderías, fruterías y tocinerías de la plaza principal al mercado de Volador (Torres, 2003: 51 en Pérez, 2009: 23).

En el siglo XVIII la organización comunal tradicional permitía que cada familia fuera capaz de producir los insumos básicos que requería el estilo de vida del campesino indígena. El excedente que obtenía le servía para adquirir los bienes que no podía producir para pagar sus tributos. Para los bienes que no podían conseguir localmente, era costumbre que cada comunidad se especializara en la producción de algún artículo que pudiera ser llevado al tianguis a intercambiarse por los productos provenientes de otras regiones (Pérez, 2009: 23).

Por su parte, hacienda era una unidad de producción autosuficiente ya que, junto con los productos comerciales, producía prácticamente todos los insumos que necesitaba para su funcionamiento: maíz, chile, frijol, carne y productos lácteos para alimentar a sus trabajadores; animales para las labores agrícolas y el transporte; además de cueros, lana, sebo, leña o carbón que cubrían otras necesidades. La mayoría de las haciendas vendían su producción en mercados locales (Torres, 2003:52 en Pérez, 2009: 23-24).

Los cambios en el modo de preparar y consumir alimentos también estuvieron influidos por la introducción de utensilios de cocina hechos de metal como los cucharones, tenedores, tenazas, bases para colocar recipientes sobre el fuego, ollas, sartenes, etc. Estos artefactos tardaron en fabricarse en México y muchos venían de España, por lo que eran de alto costo. Por su parte, el vidrio convertido en vasos, jarras y otros recipientes fue apreciado para la presentación y consumo de bebidas y algunos alimentos. Su uso se asoció al de la cerámica uniéndose así la tradición indígena y las nuevas técnicas traídas por los españoles (Vargas & Casillas, 2003:160).

Las costumbres de los españoles transformaron el orden cotidiano doméstico. Entre otros aspectos se reconfiguró el espacio habitacional en el México colonial: se creó un lugar para la preparación y consumo de los alimentos y nació la venta de alimentos que fueron demandados por el modo de vida español. En 1525, en la calle Mesones, CDMX, apareció la primera reglamentación sobre los precios que podían cobrarse por los alimentos en ventas o posadas. En diciembre del mismo año se autorizó a Pedro Hernández Paniagua para fundar el primer mesón de la ciudad y en 1526 se dio a conocer un primer arancel que reguló los precios, toda vez que habían proliferado este tipo de establecimientos (Vargas & Casillas, 2003: 162).

El menú de los mesones, inicialmente, costaba un tomín de oro, tanto en la comida como en la cena. Incluía asado, cocido⁹, pan y agua. Las ventas de alimentos fueron obligadas en sitios estratégicos de los caminos y, así, se inició la modalidad europea de los establecimientos públicos para expender alimentos (Vargas & Casillas, 2003: 162).

Posteriormente, la modernización de la vida urbana modificó la vida cotidiana de las personas con la inserción de servicios como el entubamiento del agua potable, del uso del gas, el saneamiento de los mercados, el uso de estufas de gas, la refrigeración y demás adelantos técnicos que aparecieron en el siglo XIX y que actualmente siguen transformando la naturaleza de la cocina (Torres, 2003: 60 en Pérez, 2009: 29-30). Así mismo, la multiplicación de las vías de comunicación, como resultado de las ideas de desarrollo implementadas entre 1810 y 1910, generó centros de consumo en las nuevas zonas urbanas, principalmente en la Ciudad de México, lugar en donde surgieron fábricas y empacadoras de alimentos (Arias, 1997:6 en Pérez, 2009: 31-32).

Con la invención de la energía eléctrica se instalaron molinos de nixtamal, de aceites y harinas, así como fábricas de aguas gaseosas y minerales, chocolate, cerveza, nieves o pastas alimenticias. El molino de nixtamal ayudó a reducir el tiempo que pasaban las mujeres haciendo tortillas. Los molinos de nixtamal

⁹ Conocido actualmente como guisado.

afectaron por primera vez el negocio de las tortillerías, muchas de ellas viudas que vivían de vender tortillas en casa, fondas y mercados (Pérez, 2009: 31-32).

La harina era la materia prima principal de las bizcocherías, panaderías y pastelerías de cada ciudad, abasteciendo de pan dulce, pan blanco y pan de sándwich, de los pasteles fríos y calientes, galletas y hojaldres. También aparecen los molinos de aceite, fábricas de chocolate, empresas de jamones, tocinos, chorizos y longanizas, además de la fabricación de cervezas y hielo (Torres, 2003: 65 en Pérez, 2009: 32).

Así, hay un contexto histórico de cambio en el patrón alimentario prehispánico generado por la invasión española. Poco a poco se fue construyendo una nueva forma de consumo de alimentos en la época colonial promovido con la adopción de nuevas técnicas de cultivo, la introducción de la ganadería, la apertura de espacios públicos para la venta de alimentos y el sincretismo culinario que se logró, principalmente, mediante la introducción de trigo, arroz, cerdo, gallinas, diferentes hortalizas, flores y frutas que se incorporaron a la preparación de la comida prehispánica para generar la cocina que actualmente conocemos. Como podemos apreciar, los cambios en el patrón alimentario están determinados por factores que van desde los ambientales, sociales, culturales y económicos.

En el próximo apartado describiré el secuestro del sistema alimentario que influye en el tipo de alimentos disponibles, el cual es resultado de la ideología capitalista predominante en las políticas de alimentación implementadas por el gobierno, que tiene como prioridad cuestiones económicas, antes que sociales, culturales, y de salud.

1.3.- La homogenización alimentaria

Con el estilo de vida adoptado después de la invasión española, el despojo de las tierras por parte de los Españoles, la introducción de nueva flora y fauna, las nuevas técnicas de cultivo, el uso del acero y el metal, y el desarrollo de la industria alimentaria, sobre todo ganadera, textil y azucarera, se introdujeron nuevas formas de alimentación sobre las que se asentó, siglos después, el modelo estadounidense que con el tiempo configuró el actual patrón alimentario en México. Las políticas económicas de desarrollo impulsaron la sustitución de producción de alimentos básicos por productos comerciales y han traído, como consecuencia, menor disponibilidad de alimentos y la necesidad de importarlos para satisfacer la demanda interna. Así mismo, el desarrollo de tecnologías para la conservación de alimentos ha llevado a que los alimentos ultraprocesados sean más accesibles al consumidor no solo por disponibilidad, sino también por accesibilidad económica.

La introducción del capitalismo en México ha generado una especialización de la producción-consumo y estandarización del gusto a gran escala. De acuerdo con Ponce (2018), esta situación llevó al secuestro de nuestro paladar, que se inició a finales de los años 30 cuando este modelo se introdujo en el sistema alimentario para controlar la producción, transformación y distribución de alimentos. Este proceso fue impulsado por las nuevas ideas de modernidad y desarrollo, que se tradujeron en la inserción de nuevos instrumentos para cocinar los alimentos, la idea de libre elección, conceptos nuevos sobre lo saludable, la calidad, lo accesible, lo práctico y lo económico, entre otras ideas que se fueron implementando en la "elección" de alimentos y que influyen en la percepción de los mismos.

En este contexto se dio al despliegue de las empresas transnacionales en América Latina, la mayor parte de las cuales provenían de los Estados Unidos. Es en esta época cuando las empresas instalaron fábricas subsidiarias productoras de aceite vegetal, harina de maíz, levadura y leche enlatada, principalmente. Por

ejemplo Nestlé, compañía de origen suizo, comenzó a elaborar harina lacteada y más tarde tablillas de chocolate con leche en una época en que, a través de la publicidad, la compañía enseñaba a las amas de casa la manera de usar los productos industriales que elaboraba (Pérez, 2009: 33-34).

Con el surgimiento de las empresas transnacionales se comienzan a formar las Grandes Corporaciones Transnacionales Alimentarias (GCTA) instauradas en todos los planos territoriales y que han introducido en el mercado productos estandarizados con el apoyo de la industria empaedora, que puso a disposición los productos marinos y terrestres durante cualquier época del año, en casi cualquier parte del país.

Después de la segunda Guerra Mundial, las procesadoras de alimentos recibieron un nuevo impulso con la industrialización sustitutiva de importaciones que emprendió México. En este período, las procesadoras norteamericanas introdujeron productos de consumo fácil. Un ejemplo de ello fue Kellogg's dedicada a la producción de cereales previamente preparados y listos para servir. Cano y Blanco (1995) señalan que el auge de estos productos en la sociedad mexicana se relaciona con la vida urbana que se estaba gestando, y que priorizaba el consumo de alimentos ultraprocesados, situación que facilitó la expansión de las GCTA.

A partir de 1940 la situación política de México durante el gobierno de Ávila Camacho se sitúa en un punto de transición que desde los dos últimos años del régimen cardenista ya se perfilaba. Ávila Camacho sustituyó las políticas económicas de Cárdenas por una política de apoyo al capital nacional y de apertura al capital extranjero que buscaba la industrialización, tecnificación e "integración" del país al mundo. Durante estos años se impulsó el desarrollo de la industria y se dejó de apoyar a la agricultura, bajo el argumento de que la reforma agraria era un obstáculo al proyecto industrial, lo que trajo como consecuencia la sustitución de la política agraria por la política industrial. A partir de este momento se inició la recomposición de la política nacional, que tenía como objetivo unificar lo social en torno al proyecto de nación, bajo el modelo occidental, que negó las

diferencias y especificidades existentes en el país surgiendo así la sociedad de masas.

La multiplicación de las empresas transnacionales en México respondió a la apertura del Estado al capital extranjero con la implementación, en mayo de 1973, de la *Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera*, que facilitó la introducción de empresas transnacionales del ramo alimentario bajo el argumento de una crisis alimentaria a nivel mundial, producto, según decían, de un desequilibrio entre la población y producción. Con esta idea se planteó la necesidad de restablecer el equilibrio a través de la modernización del sistema agrícola. La vía más eficiente para esto, según los representantes internacionales, era el que ofrecía la agroindustria norteamericana: un sistema "integral" que se extiende desde la producción de alimentos y la fabricación de insumos, hasta el procesamiento y comercialización de los mismos (Cano & Blanco, 1995:78-81).

México fue un mercado ideal para las empresas transnacionales, pues a pesar de sus barreras proteccionistas no existían restricciones respecto de las áreas de inversión y la oportunidad para repartir sus capitales era libre y estable, así como las facilidades fiscales que les otorgaban un mercado cautivo en condiciones de adquirir productos "novedosos". Es así como, ante una política estatal de apoyo a la industrialización, aunada a las ventajas tecnológicas, financieras y comerciales, las empresas transnacionales pudieron establecerse sin mayores restricciones, y con esto introducir sus productos en el mercado, crear nuevas ramas de actividad y generar abundantes ganancias.

Este procesamiento industrial de alimentos se basó en la interrelación de la rama alimentaria con la rama química y petroquímica que ha tenido un gran impacto en el uso de técnicas bioquímicas para establecer una nueva era de alimentos ultraprocesados. En términos comerciales, la biotecnología refuerza la diferenciación entre las fases de las cadenas agroindustriales, apuntando el dominio de los sectores que ha intentado desplazar por completo la producción tradicional-ancestral. Por ejemplo, en 1928 Carlos García Arce, empresario mexicano, embotelló Coca Cola, adquiriendo la licencia de esta marca establecida

en Georgia. Más tarde, ocurrió lo propio con Orange Crush. En los años 40, Nestlé comenzó la producción de leche condensada, evaporada y en polvo, y sacó al mercado el Nescafé, extracto de café en polvo. Por su parte Herdez, con la colaboración de industrias extranjeras, inició con tres productos: chicharo, jugo de tomate y puré de tomate (Pérez, 2009: 34).

La expansión urbana facilitó el diseño de estrategias de venta que permitieran a las empresas el acercamiento a los clientes distanciados del centro. Así, en 1945 se estableció en la capital del país el primer supermercado, Sumesa, estrenando la modalidad de autoservicio que los años cincuenta se volverá común en las principales ciudades del país. De acuerdo con Pérez (2009), desde entonces se establecieron tres tipos de establecimientos comerciales: las tiendas de autoservicio ubicadas en áreas residenciales (pequeñas, sin grandes áreas de establecimiento), los flamantes mercados públicos con nombre de algún héroe de la Revolución y las innumerables misceláneas y tendajones en las colonias populares.

Más recientemente, la industria alimentaria ha modificado productos tradicionales y ha ofrecido otros nuevos que respondan a estereotipos de "belleza" impuestos por la modernidad que dan lugar a productos bajos en calorías o *light*, nombre que se aplica a una serie de artículos como Diet Coke, Pepsi Light, helados, lácteos, alimentos congelados, chocolates y cereales para el desayuno (Torres, 2003).

En los años 70, además del despliegue de las empresas transnacionales, el desarrollo de la industria enlatadora -con compañías como Del Monte, Heinz, Campbell's y W.R Grace- permitió la expansión notable de la industria alimentaria, cuya máxima expansión se da en la producción de golosinas y alimentos *junk food* o comúnmente denominados "chatarra"¹⁰. Aunque la mayoría de estos alimentos procesados estaban diseñados para mercados urbanos elitistas, en México se llegaron a consumir, en los años 70, 14 mil millones de refrescos embotellados al

¹⁰ alimentos con bajo o nulo valor nutricional, conocidos popularmente como comida chatarra o productos ultraprocesados (Poder del consumidor, 2017)

año, es decir cinco botellas semanales por habitante (Cano & Blanco, 1995:83). Esta situación ha continuado agravándose de tal forma que, en 2017, la Organización Mundial de la Salud señaló a México como el primer consumidor de refrescos a nivel mundial con 163 litros por persona al año.

Las empresas transnacionales, en los años 70, no solo ejercen un alto grado de control en el área de la industria, sino que intervienen desde la producción agrícola de insumos hasta etapas completas de los procesos de producción y comercialización, lo cual provoca graves repercusiones en la estructura económica de los países donde invierten o se instalan. La regulación de la producción agrícola por parte de las empresas transnacionales fue fundamental para articular la industria alimentaria con el sector agropecuario y así poder fijar las condiciones de producción e integrar modalidades productivas características de su país de origen.

La estrategia para integrar la producción del campo tradicional a las exigencias de las corporaciones, fue la entrega de insumos en especie (fertilizantes, semillas) a campesinos por medio de créditos a bajas tasas de interés, asesoría técnica y supervisión agropecuaria, todo ello acompañado de una vigorosa tecnificación de los procesos productivos, que facilitaron la entrega de su producción a la empresa.

En México, de acuerdo con Catherine (2019) a partir de la década de los setenta, la agricultura comercial recibió apoyo gubernamental con el paquete tecnológico de la Revolución Verde, basado en fertilizantes, plaguicidas, semillas híbridas en monocultivo, con riego y mecanizado, además de la infraestructura de apoyo a la producción y a la comercialización. Dichos apoyos fueron principalmente hacia los agricultores medianos y grandes, generando mayor distancia con la agricultura campesina tradicional. Así empezó la contaminación química de los suelos, cuerpos de agua, alimentos y de los mismos trabajadores rurales encargados de aplicar esos productos tóxicos o expuestos.

La injerencia de las empresas transnacionales en la producción agropecuaria, provoca alteraciones en la estructura agraria del país, al proporcionar decrementos en la superficie dedicada a la producción de alimentos básicos por la

introducción de cultivos comerciales, como es el caso de la producción de alimentos balanceados (comida para animales), insumo básico para la producción comercial de carne y huevo.

Esta modernización del sector agropecuario, en el sentido de una nueva tecnología para producir, provocó la aceleración en el proceso de designación de la agricultura de subsistencia y la desaparición de pequeñas y medianas unidades agroindustriales, lo cual ha llevado a una migración masiva hacia las grandes ciudades.

A nivel mundial, con la creación en 1899 de la United Fruit Company se puede decir que comienza el fenómeno de transnacionalización de la industria alimentaria. Esta compañía estaba orientada al abastecimiento de una demanda creciente en los países industrializados de productos tropicales (bananos, café, té, caucho, yute y sisal) provenientes de los agricultores de plantación de las regiones coloniales o neocoloniales de finales del siglo XIX. Este es el momento en que comienza la primera generación de estas empresas transnacionales agroalimentarias conocidas como Etn's. Estas empresas diseñaron desde un inicio una estrategia de mercadeo global, la cual se modificó al terminó de la segunda Guerra Mundial, dando origen a la segunda generación de las Etn's.

Tras la formación del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) se redujeron las barreras arancelarias y se establecieron las reglas de orden económico de la posguerra. Con los acuerdos de Yalta y la reconstrucción de Japón y Alemania, bajo el paraguas militar de Estados Unidos, se garantizaron las condiciones políticas por medio de las cuales las transnacionales de origen norteamericano alcanzaron la hegemonía mundial. En esa época Estados Unidos, como potencia hegemónica mundial, promovió un proceso de desarrollo espacial desigual, un orden global basado en los principios de soberanía nacional, libre comercio y libertad a la movilización del capital y de la iniciativa privada (Pérez, 2009: 39).

Las empresas norteamericanas se beneficiaron y pudieron exportar al mundo un paquete tecnológico agrícola que originalmente se había desarrollado

atendiendo a las condiciones de su país y al patrón de alimentos que gradualmente tendió a asociarse con la ideología de desarrollo y con el *american way of life*. La característica de esta segunda generación de Etn's fue el conglomerado agrocomercial de granos (cereales y oleaginosas).

En contrapartida, en 1946 se crea el Fondo Mundial para la Agricultura y la Alimentación (FAO por sus siglas en inglés) con distintos propósitos, entre los más importantes están el dar cabida al diálogo y al intercambio de ideas en aras de buscar alternativas económicas y políticas para asuntos relacionados con brechas nutricionales que se evidenciaban entre países de distinto nivel de ingreso y desarrollo (Pérez, 2009:39-40).

Una tercera generación de Etn's comienza a partir de los años cincuenta del siglo XX con las procesadoras de alimentos de Estados Unidos, inicialmente sólo orientadas a los mercados domésticos, que comenzaron a experimentar una reestructuración. La cuarta generación de Etn's se diferencia de las transnacionales tradicionales en que se adaptan a un entorno mercantil global altamente volátil y riesgoso. Sin embargo, más tarde buscaron asociarse con empresas locales a través de formas flexibles de financiamiento como el otorgamiento de licencias, los contratos de suministro a largo plazo o los acuerdos tipo empresa colectiva.

Estas formas empresariales, flexibles y descentralizadas, frecuentemente integradas en redes corporativas de naturaleza transnacional, tenían la ventaja de combatir los riesgos y las ganancias entre las firmas asociadas, beneficiándose del acceso a los recursos y al conocimiento de las condiciones locales que tenían las empresas nacionales y potenciándolas con su propia experiencia en la organización de los mercados globales (Llambí, 1995: 63 en Pérez, 2009: 40).

La reconversión industrial de las primeras generaciones de Etn's y las formas flexibles y descentralizadas de organización empresarial de la cuarta generación, por un lado; y las estrategias de marketing, empresas agroalimentarias, las pautas de adquisición, conservación, preparación y consumo de alimentos, por otro, han

sido influidas por los cambios sociales, laborales, demográficos e ideológicos, ocurridos desde la conquista de México (Pérez, 2009: 41).

Lo que se manifiesta en las sociedades industrializadas es la abundante oferta alimentaria que ha producido estragos en la salud y que incrementó los riesgos al incorporar determinados tipos de alimentos saturados con altos contenidos de colesterol y grasas de animales. Lo mismo sucede con la aparición de grandes grupos económicos transnacionales de transformación y distribución de alimentos, acompañados de la máxima: "si es bueno para comer es bueno para vender" (Pérez, 2009: 41).

Actualmente, con la globalización económica, la gama de estrategias que se desarrollan son más complejas para apropiarse del mercado, lo que crea un monopolio entre bloques cuya finalidad es homogenizar consumos y demandas alimentarias que en países como México adquieren pronta aceptación entre los diferentes estratos de la población (Pérez, 2009: 41).

Ya en los primeros años del siglo XX se produce en Estados Unidos un cambio importante en el sistema capitalista: la producción en serie, que conllevó a un consumo en masa de bienes homogéneos, se desarrolla en todas las clases sociales exceptuando a los más pobres. En este periodo de producción y consumo en serie surgen nuevos grupos de consumidores: los que empiezan a "elegir" lo que compran, momento a partir del cual comienzan a despegar y desarrollarse las técnicas publicitarias, nacen los estereotipos y marcas y se comienzan a elegir los grupos a los que va destinada esa publicidad (Malagón, 1999: 198 en Pérez, 2009: 48).

Actualmente nos encontramos en un proceso contradictorio de hambre y riqueza y abundancia alimentaria, donde la alimentación no es un derecho garantizado pues las empresas transnacionales que controlan cada uno de los tramos de la cadena alimentaria consiguen beneficios gracias a un modelo agroindustrial liberalizado, desregulado y excluyente.

Se trata de un monopolio que les permite ejercer control a la hora de determinar qué consumimos, a qué precio, de quién procede, cómo ha sido elaborado, a la vez que cuenta con el apoyo explícito de gobiernos e instituciones internacionales que antepone los beneficios de estas empresas a las necesidades alimentarias de las personas y el respeto al medio ambiente. Todo esto, al interior de un sistema capitalista que ha convertido en la formación social, económica y cultural predominante, donde la población está atrapada por el deseo de consumir y el consumo se ha elevado a un nivel simbólico, cambiando la definición de lo que constituye el conjunto básico de necesidades para vivir.

Como describimos anteriormente, el cambio en el patrón alimentario surgió a partir de procesos sociales que se fueron generando en el país, a partir de la lógica de expansión y consolidación del capitalismo mexicano; fenómenos que respondieron a intereses políticos y económicos a nivel nacional e internacional, y que están determinados por los procesos de globalización, distribución y división del trabajo, en suma, por el capitalismo mundial.

Es importante tener el contexto descrito anteriormente para poder comprender de manera holística el consumo de alimentos actual pues el cambio en el patrón alimentario es resultado de una serie de acontecimientos sociales, culturales, económicos y políticos, entre los que destaca la invasión española, periodo en el que se introduce una flora y fauna que marco la cocina tradicional que hoy conocemos, así mismo el desarrollo de la industria azucarera que fue el parteaguas para el desarrollo de la industria de alimentos, la cual se fue apoderando del sistema alimentario desde la producción, transformación y distribución de alimentos, y que, posteriormente se vio beneficiada con la introducción de políticas derivadas del modelo capitalista que sometió a los productores del campo mexicano, teniendo como consecuencia la homogenización de los alimentos y el hecho de que la industria alimentaria es quien decide qué, dónde y a quienes se les ofertan ciertos alimentos, los cuales son producidos a gran escala debido las tecnologías que se basan en la bioquímica y petroquímica, principalmente.

En el próximo capítulo analizo el resultado de todo este proceso histórico: el aumento en la prevalencia de obesidad en la población mexicana favorecido por el consumo de alimentos ultraprocesados y describo las principales posturas que se han desarrollado para explicar el aumento de obesidad en México.

Capítulo 2.- El impacto de la alimentación en la prevalencia de obesidad en México

Como vimos en el apartado anterior, la modificación del patrón alimentario se genera a partir de los cambios en los hábitos, las costumbres, las necesidades y las preferencias de los individuos, así como en relación con la modificación de la estructura de producción, comercialización y distribución de los alimentos, lo cual ha sido determinado principalmente por cambios en la población, la economía, la cultura y la sociedad.

La alimentación en México siempre ha sido un tema de estudio para abordar situaciones sociales que expliquen la desnutrición de niñas, niños y adolescentes, sin embargo, los científicos comenzaron a estudiar el tema de consumo de alimentos a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Salud (Ensanut), que en 2006 publicó datos alarmantes de sobrepeso y obesidad (Santos, 2014).

El sobrepeso y la obesidad son definidos por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud. Aparentemente, esta definición permite utilizar ambos términos como sinónimos, sin embargo, no significan exactamente lo mismo. Para saber si una persona tiene obesidad, basta con conocer su Índice de Masa Corporal (IMC) el cual se obtiene dividiendo el peso en kilogramos entre la altura en metros al cuadrado ($IMC = \text{peso en kilogramos} / \text{altura en metros}^2$).

El IMC calcula la cantidad de grasa en el cuerpo lo que sirve como indicador para clasificar el sobrepeso y la obesidad, e identificar las categorías de peso que pueden llevar a problemas de salud. La OMS define el sobrepeso en adultos con un IMC igual o superior a 25, y la obesidad en adultos con un IMC igual o superior a 30; pero debido a que el crecimiento no es homogéneo ni en todos los casos se mantiene constante, se hace uso de tablas de IMC que permiten identificar el peso idóneo en cada grupo de edad (observar en el Anexo 1 las Tablas de Índice Corporal).

La obesidad es considerada una pandemia, pues de acuerdo con cifras de la OMS la prevalencia de obesidad en el mundo se duplicó entre 1980 y 2014. En este último año cerca de 1,900 millones de adultos de 18 o más años tenían sobrepeso, de los cuales, más de 500 millones eran obesos (OMS; 2016). Actualmente, de acuerdo con el informe sobre la situación mundial de las Enfermedades No Transmisibles emitido por la OMS en 2010, se calcula que 2,8 millones de personas mueren cada año por sobrepeso u obesidad y el riesgo de padecer cardiopatías, accidentes cerebrovasculares, diabetes y ciertos tipos de cáncer crece paralelamente al aumento del IMC.

En años pasados el sobrepeso y la obesidad eran considerados problemas propios de países de ingresos altos. En la actualidad, la Comisión para acabar con la obesidad infantil, creada por la ONU en 2014, señaló que muchos países de ingresos bajos y medianos están afrontando una doble carga de morbilidad: mientras continúan encarando los problemas de las enfermedades infecciosas y la desnutrición, también experimentan un rápido aumento en los factores de riesgo de las Enfermedades No Transmisibles como la obesidad y el sobrepeso, sobre todo en los entornos urbanos. Esta dualidad, de desnutrición y obesidad, no sólo coexiste en un mismo país, también, en la misma comunidad y hasta en el mismo hogar.

Actualmente la OMS considera que los grupos de población más afectados por el sobrepeso y la obesidad son niños, adolescentes y adultos. En 2011, la OMS recaló que la obesidad en edades tempranas se asocia con una mayor probabilidad de seguir siendo obeso, de tener una muerte prematura y discapacidad en la edad adulta. Además de estos futuros riesgos, los niños y adolescentes obesos sufren dificultades respiratorias, mayor riesgo de fracturas e hipertensión y presentan síntomas tempranos de enfermedades cardiovasculares, resistencia a la insulina y diversas afecciones psicológicas.

Con los resultados que la Comisión para acabar con la obesidad infantil dio a conocer en 2016, se puede afirmar que la prevalencia de la obesidad entre lactantes, niños y adolescentes va en aumento en todo el mundo. En 2014, con

base en las estimaciones realizadas por la OMS, se calcula que cerca de 41 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso o eran obesos. En algunos entornos las tasas se han estabilizado, pero en cifras absolutas hay más niños con sobrepeso y obesidad en los países de ingresos bajos y medianos que en los países de ingresos altos.

Por lo anterior, la obesidad es considerada como un factor de riesgo prevenible asociado con el aumento de Enfermedades No Trasmisibles (ENT) que constituyen la principal causa de muerte a nivel mundial, ya que provocan más defunciones que otras enfermedades juntas, afectando significativamente a las poblaciones de ingresos bajos y medios (OMS, 2010). Si bien un alto porcentaje de ENT derivadas de la obesidad han alcanzado proporciones de epidemia, éstas podrían reducirse si se combaten los factores de riesgo como el sedentarismo y el consumo de *alimentos mal sanos*¹¹.

En su informe sobre la situación mundial de las ENT, emitido en 2011, la OMS expuso que en el 2008 existieron 57 millones de muertes, de las cuales 36 millones, es decir el 63 por ciento, se debieron a ENT, muchas de éstas derivadas de la obesidad, especialmente enfermedades cardiovasculares, diabetes, cáncer y enfermedades respiratorias crónicas.

Como se puede observar, la obesidad es un problema de salud pública creciente en todo el mundo. Pero en nuestro país suscita especial preocupación porque es un factor de riesgo para el desarrollo de ENT como cardiopatías y diabetes mellitus, principales causas de morbilidad en México en población adulta de 45 y más años (INEGI, 2016). Igualmente, inhibe la salud inmediata de los niños, el nivel educativo, su calidad de vida en el presente y futuro, además de anular muchos de los beneficios sanitarios que han contribuido a aumentar la esperanza de vida (OMS, 2016).

En México, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la esperanza de vida es de 75.2 años edad aproximadamente, una cifra

¹¹ Alimentos altos en grasa saturada, ácidos grasos trans, azúcares libres o sal (es decir, alimentos de alto contenido calórico y bajo valor nutricional) (OMS, 2016, p. V).

que se ha incrementado de manera lenta desde 1990 (Observar Gráfica 1). Esta cifra es la más baja entre todos los países que conforman la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). Mientras que la esperanza de vida en países de la OCDE incrementó de 77.1 años en 2000 a 80.2 años en 2012, en México se incrementó solamente un año en el mismo periodo de tiempo (OCDE, 2014).



Fuente: INEGI (2016). Esperanza de vida véase en <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/esperanza.aspx?tema=P> el día 22/06/2017

2000 2010

Como vemos, la obesidad es considerada una pandemia en todo el mundo. Sin embargo, en la Región de las Américas la prevalencia del sobrepeso y la obesidad es la más alta. De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud (OPS), en 2010, de la población con más de 20 años, el 62 por ciento tenía sobrepeso y el 26 por ciento padecía obesidad. En países como México, Chile y Estados Unidos el sobrepeso y la obesidad afectan aproximadamente a 7 de cada 10 adultos.

Aunado a lo anterior, la prevalencia de obesidad en la niñez y la adolescencia, en esta región ha alcanzado proporciones impresionantes: se calcula que la prevalencia de sobrepeso y obesidad aumentó en niños de 0 a 5 años de ambos

sexos. Y en adolescentes se calcula que entre el 20 y el 25 por ciento se ven afectados por el sobrepeso y la obesidad (OPS; 2010: 13).

De acuerdo con la OPS, los países en donde se observó una creciente prevalencia de sobrepeso y obesidad en niños de 0 a 5 años de edad de ambos sexos fueron: República Dominicana, donde las tasas se duplicaron de 2,2 por ciento en 1991 a 5,6 por ciento en 2007; El Salvador que pasó de 1,5 por ciento en 1993 a 3 por ciento en el 2008; y Perú donde aumentaron de 2,5 por ciento en 1992 a 3,2 por ciento en el 2012. En lo que respecta a los adolescentes de 12 a 19 años, la tasa de obesidad aumentó 20 por ciento en los Estados Unidos, pasando de 17,4 por ciento en el 2003 a 20,5 por ciento en el 2012 (OPS; 2010: 13).

De la misma manera, la OPS dio a conocer en 2010 que en América Latina el 7 por ciento de los menores de 5 años de edad tenían sobrepeso u obesidad, lo que significa un total de 3,8 millones de niño. En lo que se refiere a la población escolar (de 6 a 11 años) las tasas varían desde 15 por ciento en Perú hasta 34,4 por ciento en México, y en la población adolescente (de 12 a 19 años de edad), de 17 por ciento en Colombia a 35 por ciento en México (OPS; 2010: 13).

Como se puede advertir, la obesidad es un problema creciente en México, que se manifiesta en todas las edades, regiones y grupos socioeconómicos. Así lo demuestra la Ensanut 2012, donde se revela que la prevalencia de obesidad en población de 5 a 11 años de edad (edad escolar) pasó de 9 por ciento en 1999 a 14,6 por ciento en 2006. Esta última cifra se mantuvo en 2012, pero aumentó en 2016 a 15,3 por ciento. Además, las cifras oficiales indican que las prevalencias de obesidad son mayores en niños que en niñas (Ver Gráfica 2).



Fuente: Ensanut, 2012: 144; Ensanut MC, 2016: 65

El análisis de tendencias indica que la prevalencia de obesidad en localidades urbanas es más alta que en localidades rurales. Sin embargo, la prevalencia de obesidad en localidades rurales han aumentado, pasando de 9.8 por ciento en 2012 a 12.5 por ciento en 2016 (Ensanut MC, 2012). En general, en lo que respecta a la distribución por localidad y región de residencia, las tasas de obesidad han mostrado un incremento, como se muestra en la Gráfica 3.

Estas tendencias reflejan el impacto que ha tenido el control del sistema alimentario por parte de las grandes corporaciones de alimentos que han despojado de sus tierras a los campesinos y los han obligado a consumir sus productos. Una experiencia de este tipo fue recogida por Jazmin Cruz Tolentino, trabajadora social, autora de un estudio sobre la salud alimentaria en niñas y niños en comunidades indígenas del estado de Oaxaca y la Sierra Norte de Puebla, donde se lee lo siguiente:

...en la comunidad de Pantepec, perteneciente a la Sierra Norte de Puebla, (...), se observó que a pesar de que gran parte de la población se dedica a la siembra y al cultivo de semillas y alimentos –frijol (ju), maíz (deta), ajonjolí, chayote (chamú), quémite (democti), café, queilita (kauni), huilacocho, hongo de maíz (danta), aguacate (tez'-oni), calabara (mú), calabara negra (jâmu), chilacayota (calabaza blanca-demú), chile (ñi), entre

otros alimentos que se dan en la región en gran parte de la población de esta comunidad, su alimentación está cambiando hacia el consumo de productos industrializados, así como refrescos, en específico Coca-Cola, la cual ahora ha suplantado al café, el cual se llegaba a tomar durante todo el día y se llevaba a la milpa cuando se iba a sembrar, o barbechar o bien a recoger la cosecha; ahora los campesinos previenen y compran la Coca-Cola antes de subir a la milpa (Cruz, 2019: 169-170).

Lo anterior refleja el aumento en el consumo de alimentos chatarra o ultraprocesados que están modificando la alimentación tradicional basada en semillas y productos nativos por productos industrializados que dañan su salud, aun en las comunidades rurales.



Fuente: Ensanut MC, 2016: 66

En lo concerniente a adolescentes entre 12 y 19 años de edad, rango de edad en la que se encuentra la población que participa en esta investigación, se calcula que, en 2012, aproximadamente 35 por ciento de los adolescentes tenían sobrepeso u obesidad, es decir, que más de uno de cada cinco adolescentes tenían sobrepeso y uno de cada diez presentaba obesidad (Ensanut, 2012).

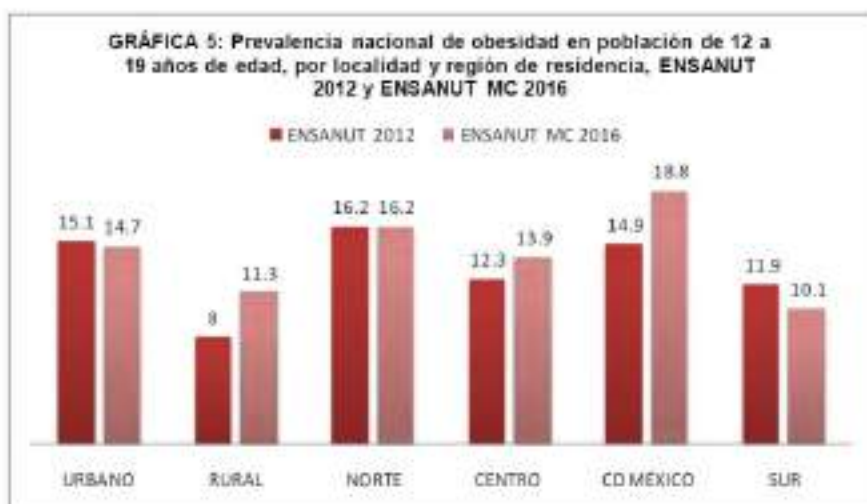
La prevalencia de obesidad en adolescentes pasó de 11.9 por ciento en 2006 a 13.3 por ciento en 2012. En 2016 la prevalencia de obesidad sólo se incrementó 0.6 puntos porcentuales con referencia a la percibida en 2012. Y, aunque el

incremento en la prevalencia de obesidad en adolescentes del sexo femenino y masculino se ha mantenido constante desde 2006 a 2016, los más afectados por la obesidad son adolescentes del sexo masculino (Ver Gráfica 4).



En las localidades urbanas, la prevalencia de obesidad en adolescentes pasó de 14.9 por ciento en 2012 a 18.8 por ciento en 2016 (Observar Gráfica 5).

Entre los factores socioculturales que afectan la alimentación y la nutrición están desde las tecnologías materiales hasta las ideologías y los símbolos implícitos. Así, encontramos que en sociedades que presentan pautas nutricionales similares, los individuos tienden a adoptar los hábitos alimenticios que practican en el grupo social al que pertenecen; hábitos que se construyen y moldean dentro del contexto social, familiar y económico en el cual se desenvuelve la persona y que son adquiridos desde etapas tempranas de la vida para responder no solo a la necesidad biológica de llenar el cuerpo de alimento, sino a las condiciones materiales y percepciones que de ellas se pueda tener (Sedó 2005 en Arrollo & Cabello, 2007, 99).



Fuente: Ensanut MC, 2016: 88

Por su parte, la prevalencia nacional de obesidad en adultos de 20 años y más transitó de 32.4 por ciento en 2012 a 33.3 por ciento en 2016. A diferencia de los otros grupos de edad, la prevalencia de obesidad por sexo en 2016 fue mayor en las mujeres que en los hombres (con el 38.6 por ciento y 27.7 por ciento, respectivamente, como se observa en la Gráfica 6).

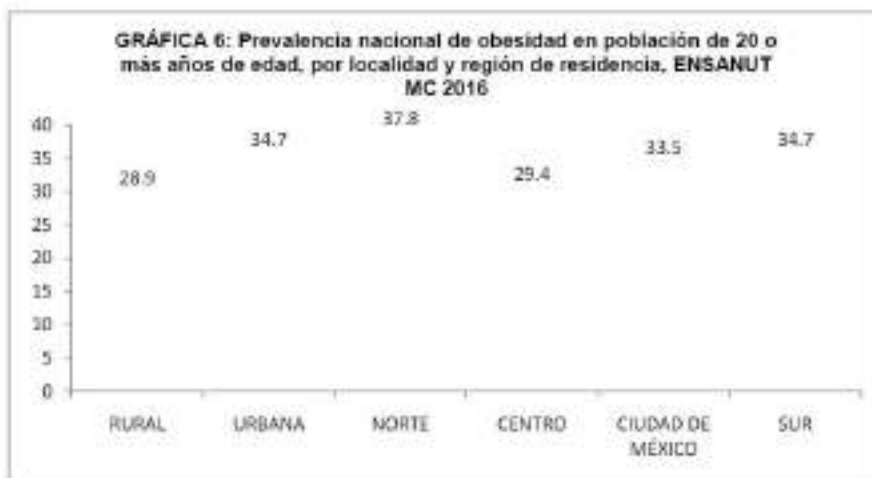


Fuente: Ensanut MC, 2016: 89

Por tipo de localidad, igual que en los otros grupos de edad mencionados anteriormente, la prevalencia de obesidad es más alta en las localidades urbanas que en las rurales. En la categorización por regiones, la prevalencia de obesidad fue mayor en la región norte, sin embargo al comparar los resultados, éstos no difieren de manera significativa (Ver Gráfica 7).

Como se puede observar, la obesidad se ha convertido en un problema de salud pública, ya que afecta a todas las edades, regiones y grupos socioeconómicos, siendo los hombres y las comunidades urbanas, las más afectadas.

A partir de los problemas de salud que representa la obesidad en edades tempranas se inició un debate entre grupos de ciudadanos, gobierno y empresas para explicar este fenómeno e implementar las medidas correspondientes para controlar y disminuir los índices de estas patologías.



Fuente: Ensanut MC, 2016: 70

En relación con el diseño de medidas que debían de tomarse para controlar el aumento en la prevalencia de obesidad, es posible identificar dos posturas que

dominan el debate: por un lado, la sostenida por organizaciones de consumidores que denuncian a las empresas productoras de alimentos ultraprocesados (alimentos mal sanos); y por el otro lado, la argumentada por las empresas, que identifica a las elecciones individuales y familiares como las principales causas de esta epidemia. De acuerdo con Santos (2014), ésta última postura es la que ha sido asumida por el gobierno mexicano para el control del aumento en la prevalencia de obesidad, sobre todo en programas dirigidos a niñas, niños y adolescentes.

Ante la postura que ha tenido el gobierno mexicano para el control de la obesidad, la organización social El Poder del Consumidor (EPC) ha denunciado que la obesidad y el sobrepeso no se pueden considerar sólo como resultados de malos hábitos individuales y familiares, sino que se origina por la existencia de un ambiente obesogénico que se ha creado por el dominio de las empresas productoras de alimentos procesados y a la ausencia del Estado en la educación nutricional de la población, así por causa del asfixiante sistema de comercialización y publicidad de esas empresas y la existencia de un mercado cautivo en las escuelas.

Al respecto, Santos (2014) señala que un elemento central de la denuncia de El Poder del Consumidor fue la proliferación y predominio de los alimentos chatarra en las tiendas. En particular, señalan que este tipo de alimentos son los principales productos de las grandes empresas de alimentos procesados en México: Grupo Bimbo (Bimbo, Lara, Barcel, Marinela, Ricolino, Lonchibon, entre otras), FEMSA (Coca-Cola), PepsiCo (Pepsi, Sabritas, Gatorade, Gamesa y Sonric's) y Nestlé. De hecho, en mayo de 2010 el Movimiento Consumidores (conformado por EPC, Alconsumidor, Barzón y Oxfam) denunció que, en contraste con la crisis económica, las seis mayores empresas de comida chatarra obtuvieron un incremento de 25 por ciento en sus ganancias y de 24 por ciento en sus ventas totales.

La posición de las empresas estuvo representada por la organización ConMéxico, que agrupa a las principales empresas productoras de alimentos

procesados (Coca-Cola, PepsiCo, Bimbo), la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra) y la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex). El cabildeo de las empresas encontró recepción entre los diputados del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y del Partido Acción Nacional (PAN), quienes en agosto de 2007 comenzaron a cuestionar las medidas promovidas por las organizaciones civiles, haciendo hincapié en que el problema de obesidad debía considerarse como un problema de cultura familiar y falta de ejercicio y no de las empresas. De acuerdo con Santos (2014), este grupo de argumentos giraron en torno de los hábitos en el consumo de alimentos y la actividad física de las familias mexicanas, externándose opiniones del tipo "las culpables de la obesidad son las madres, por los alimentos que proporcionan a sus hijos diariamente".

En enero de 2010 el gobierno federal y ConMéxico firmaron un acuerdo de medidas voluntarias para el mejoramiento paulatino de la producción y comercialización de los alimentos procesados. En febrero del mismo año, el ex presidente de Coparmex y senador panista Jorge Ocejo propuso el término "bajo valor nutricional" en lugar de "comida chatarra" porque, agrega, "no existen productos buenos", sino buenos o malos hábitos alimentarios" (*La Jornada*, 05-02-10 en Santos, 2014:13)

En junio de 2010 se logró la elaboración de una primera propuesta de regulación del expendio de comida en las escuelas públicas, resultado de la colaboración entre la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la Secretaría de Salud (SSA). Esta propuesta atendía gran parte de las demandas de las organizaciones civiles, pero no con forma de ley sino como medida voluntaria. Sin embargo, el sector de alimentos procesados se manifestó en contra de este primer acuerdo debido a que, en sus palabras, vetaba la venta de productos "bajo criterios arbitrarios", por lo que criticó el uso de los términos "alimentos de bajo o nulo valor nutricional, alimentos y bebidas no saludables, bebidas permitidas o alimentos chatarra". Ante este conflicto se solicitó la intervención de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (Cofemer), que elaboró una serie de

"recomendaciones técnicas" a los lineamientos propuestos originalmente. Como resultado, la propuesta de regulación de venta de alimentos procesados o comida chatarra se amplió. Esto significó, como pronto expresaron las organizaciones de consumidores, un revés a favor de las empresas productoras de alimentos chatarra (*La Jornada*, 23-07-10 en Santos, 2014:13-14).

En 2014, en México entraron en vigor los *Lineamientos Generales para el Expendio y Distribución de Alimentos y Bebidas Preparados y Procesados en las Escuelas del Sistema Educativo Nacional*, con disposiciones de carácter obligatorio, prohibiciones y sanciones por incumplimiento en toda las primarias y secundarias. Los propósitos de la regulación son: mejorar los hábitos de alimentación, aumentar el consumo de agua potable y reducir el consumo de bebidas azucaradas y alimentos ultraprocesados en las escuelas. La regulación prohíbe la venta de alimentos y bebidas ultraprocesados de lunes a jueves, y son permitidos los días viernes aquellos que cumplan con los criterios nutricionales establecidos, por ejemplo jugos y néctares, alimentos líquidos de soya, galletas, pastelitos, dulces y postres, botanas saladas, etcétera (*Diario Oficial de la Federación*, 2014).

Ese mismo año entró en vigor la regulación para restringir la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a niños en horario infantil, de las 14:30 a las 19:30 horas, de lunes a viernes, y de las 7:00 a las 19:30 horas, los sábados y domingos, aunque en el cine la regulación solo contempló películas con clasificación A y AA. Esta regulación surgió al reconocerse que el sobrepeso y obesidad no derivan únicamente de factores individuales, sino que también influye el entorno (cultura, globalización, factores económicos, sociales y políticos) que juega un papel importante en el desarrollo de este padecimiento. Uno de principales factores reconocidos para el desarrollo de la obesidad es la promoción y publicidad de alimentos y bebidas con alto contenido de grasas, azúcares y sodio, conocidos como comida chatarra o ultraprocesados (*Alianza por la Salud Alimentaria*, 2016: 4).

En la cuestión de los factores que han generado el problema de salud vinculado con la alimentación en México predominó una de las posturas que surgieron en el debate: aquella que sostenía que el problema de la obesidad responde a los hábitos de alimentación y actividad física de los mexicanos. Sin embargo, el cambio en la producción, transformación y distribución de alimentos, el aumento de disponibilidad y bajos costos de alimentos ultraprocesados y la publicidad engañosa son factores que determinan la preferencia de alimentos ultraprocesados, los cuales tienen un vínculo emotivo que orilla a los consumidores a seguirlos consumiendo a pesar de que son dañinos para la salud.

En 2012 nace la Alianza por la Salud Alimentaria, la cual está integrada por un conjunto de asociaciones civiles, organizaciones sociales y de profesionistas preocupados por la epidemia de sobrepeso y obesidad en México, y por la desnutrición que impacta a un alto porcentaje de las familias más pobres, así como por los riesgos que presentan estas realidades para la población y la viabilidad sanitaria y financiera del país. Estas organizaciones se agruparon para trabajar y demandar al Poder Ejecutivo y Legislativo el reconocimiento efectivo de los derechos de la infancia, a la alimentación, el agua y la salud, mediante el desarrollo e implementación de una política integral de combate a la epidemia de obesidad y desnutrición. La Alianza dio a conocer un Manifiesto por la Salud Alimentaria donde aseguran que México sufre el mayor deterioro en toda su historia de sus hábitos alimentarios, lo que se ha convertido en la principal causa de la alta incidencia de obesidad y diabetes. Al respecto, se declara:

Seguimos con mucha desnutrición y muy cerca de una severa crisis de abasto y precios, pero a la vez con un récord en obesidad infantil, el segundo lugar mundial en obesidad de adultos y el primero en diabetes, pronto se complicarán más las cosas con enfermedades cardiovasculares, cerebro vasculares y cáncer. Lo peor de todo esto es que el problema sigue creciendo [...]

[...] Estamos ante una situación de urgencia para comenzar a detener los problemas, con soluciones no solo médicas sino sobre todo sociales

[...] no es posible alimentarnos a base de chatarra con grasas de mala calidad y muchos azúcares solubles y almidones modificados. Se tiene que cambiar y se puede, la población

le deja mucho dinero a la industria de alimentos inadecuados, pero le puede dejar lo mismo porque tiene que comer, pero comprando alimentos mejores [...] (Adolfo Chávez en El poder del consumidor, 2012)

Esto sintetiza los retos derivados del aumento en la prevalencia de obesidad, convertido en un problema de salud pública en México por afectar a todas las edades, regiones y grupos socioeconómicos. Como vimos, el enfoque dominante ante esta problemática se centra en la individualidad, dejando de lado aspectos sociales y económicos, principalmente, que son abordados solo por organizaciones de derechos humanos y de la sociedad civil.

Como podemos concluir, existen factores estructurales que influyen en el aumento de la prevalencia de obesidad en México, como son el aumento y métodos empleados en la producción, distribución y formas de transformación y almacenamiento de alimentos ultraprocesados por parte de la industria alimentaria.

Capítulo 3.- La representación social de la alimentación en un grupo de adolescentes de Iztapalapa, Ciudad de México

El presente capítulo expone la metodología y los resultados del taller realizado con un grupo de adolescentes del barrio de San Lucas (Iztapalapa, Ciudad de México) en torno de las representaciones sociales sobre la alimentación. Al respecto, partimos de lo analizado en los capítulos anteriores sobre el proceso histórico de formación de un determinado patrón alimentario en nuestro país y la conformación reciente de un ambiente favorable a la prevalencia de la obesidad y el sobrepeso como un problema asociado con el predominio de una alimentación basada en productos alimenticios ultraprocesados. En primer lugar, describimos el lugar en que realizamos el taller *¿Qué comemos?* Posteriormente, narramos el desarrollo de esta experiencia de trabajo con adolescentes y, finalmente, exponemos los resultados teniendo como eje articulador el concepto de representación social.

Como se analizó en el anterior capítulo, la obesidad es un problema de salud pública originado por los cambios en el patrón alimentario que han favorecido el consumo de alimentos ultraprocesados y a las grandes industrias de alimentos, las cuales, como vimos en capítulos anteriores, tienen ahora un mayor control de qué y cómo se producen, transforman, distribuyen, preparan, consumen y promocionan los alimentos. Todo esto influye en la representación social que tienen los adolescentes de lo que consumen de manera cotidiana en su casa, escuela, comunidad y en festividades. En este entorno, la labor del trabajador social, puede contribuir, desde un análisis holístico basado en los derechos humanos, a la promoción de la salud integral.

El estudio de la representación social de los adolescentes sobre su alimentación es relevante debido a que se crea en función del entorno en el que se adquiere y del intercambio de comunicaciones entre grupos sociales. Por ello, cada individuo y grupo social concibe de manera diferente el consumo actual de alimentos. Conocer las representaciones sociales que los adolescentes | respecto sirve de apoyo a los trabajadores sociales y a otros profesionistas para diseñar,

ejecutar y evaluar programas, proyectos, políticas públicas y estrategias socioalimentarias dirigidos a promover los alimentos culturalmente apropiados e incrementar su producción, distribución, comercialización y consumo. Todo ello permitirá contribuir a la salud alimentaria, fomentar el respeto al derecho a la salud, al medio ambiente y al agua, principalmente. Esto porque la alimentación no depende únicamente del proceso de producción y distribución de los alimentos, sino también de la influencia que tienen los medios de comunicación y, con ello, el contexto social, económico y político.

El estudio de las representaciones sociales ha adquirido relevancia al interior del Trabajo Social como campo del conocimiento, dado que constituyen un sistema de referencia que vuelven lógico y coherente el mundo para los sujetos, organizando las explicaciones sobre los hechos y las relaciones que existen entre ellos. En esa dirección, las representaciones sociales se refieren a la manera en que los sujetos sociales asimilamos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente y las informaciones que en él circulan. Estas representaciones se ubican en el conocimiento de sentido común y han sido utilizadas al interior de nuestra disciplina por autores como Monserrat González (2009, 2019), María del Carmen Mendoza (2014), Martha Cabello & María Arroyo (2013), Martha Cabello & José Zúñiga (2007) sólo por mencionar algunos.

Tomando en cuenta estos antecedentes, realizamos el taller ¿Qué comemos? para explorar las representaciones sociales de un grupo de adolescentes de la Alcaldía de Iztapalapa (Ciudad de México).

3.1.- El lugar para nuestro estudio de caso

La Alcaldía Iztapalapa forma parte de las 16 alcaldías que conforman la Ciudad de México (CDMX). Colinda al norte con la alcaldía Iztacalco, al sur con las alcaldías de Tláhuac y Xochimilco, al poniente con las de Benito Juárez y Coyoacán. Al poniente limita con el Estado de México por medio del municipio de Nezahualcóyotl (Holtz & Mena, 2008:19).

De acuerdo con los resultados del censo de población y vivienda 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Iztapalapa es una de las alcaldías más habitadas de la Ciudad de México con una población total de 1 millón 815 mil 786 habitantes (ver Gráfica 7). De estos 934 mil 788 son mujeres y 880 mil 998 son hombres. Asimismo, es la delegación que tiene el porcentaje más alto en el grupo de población de los 10 a los 14 años, rango de edad que abarca nuestra población objetivo, con una población total de 152 mil 126, de los cuales son hombres 77 mil 032 y 75 mil 094 son mujeres (ver Gráfica 8).

Gráfica 7. Población total por delegación, año 2010



bahía de la península fue un elemento importante en la economía de la zona pues el uso de la sal era común para la elaboración de una especie de pan (Grupo Cultural Noche Victoriosa, 2017:25)

Los habitantes de Iztapalapa aprovechaban ranas y diferentes especies de peces. Cazaban aves como patos, primero de manera manual, luego mediante lanzas y redes, y finalmente por medio de la armada, la cual consistía en un gran número de piezas de artillería. El pato era la principal ave que se consumía en Iztapalapa. El ahuatele, huevecillos de mosco, fue uno de los principales platillos consumidos en la época prehispánica, pues era abundante sobre la superficie de los lagos que rodeaban la Cuenca de México. Y era recolectado con redes o mantas muy finas porque los aztecas lo consideraban una rica fuente de alimentación (Grupo Cultural Noche Victoriosa, 2017:25).

El trabajo en las chinampas era parte de la vida cotidiana de Iztapalapa. Todos los miembros de la familia se involucraban, aunque había tareas especializadas, como la del *facuaiero*, quien recopilaba la comida en las casas para llevarla a los campesinos en las chinampas (Grupo Cultural Noche Victoriosa, 2017:26).

Con la invasión española se integraron nuevos productos y después de la Revolución mexicana se dio un reparto agrario entre las comunidades de Iztapalapa: el poblado de Cuitláhuac fue el primero en obtener la restitución de sus bienes comunales. Durante siglos el medio de transporte fueron las canoas y chalupas que circulaban por los canales de La Viga y Santa Anita para llegar al centro de la Ciudad de México. Pero en 1940 los ocho barrios de Iztapalapa quedaron incorporados a la zona urbana de la capital y actualmente Iztapalapa es totalmente urbana, sin producción agrícola (INEGI, s.f.; Holtz & Mena, 2008:16; Grupo Cultural Noche Victoriosa, 2017:25).

A mediados del siglo XX, en el mercado municipal se expendían todas las verduras y productos cultivados en Iztapalapa. Actualmente, el tianguis, los mercados públicos, los mercados sobre ruedas y la Central de Abastos son los principales centros de comercio. En total hay aproximadamente 20 mercados y 441 tianguis (Voces de Cultura, s.f: 103).

La urbanización de Iztapalapa se desarrolló en la primera mitad del siglo XX. Durante 1955 fue entubado el Canal de la Viga que pasó a ser drenaje cubierto, convirtiendo el Camino Real de la Viga en Calzada de la Viga. Las últimas chinampas de Culhuacán y Mexicaltzingo que colindan con Canal Nacional desaparecieron paulatinamente, las de los pueblos de Iztapalapa fueron expropiadas en 1970 para construir la Central de Abastos (UAM & Iztapalapa, 2012, 10).

Como se describe anteriormente, Iztapalapa pasó de ser una de las zonas de mayor producción de alimentos a una receptora y distribuidora de alimentos, actividad en que los mercados locales juegan un papel importante.

Por ello, y por el contexto demográfico, se decidió hacer la investigación en esta alcaldía, en una secundaria¹³ que se ubica en el barrio San Lucas, uno de los ocho barrios de la alcaldía referida. San Lucas tiene como límite al norte la avenida 5 de mayo, al este la calle de Ayuntamiento y E. Corona, al sur calzada Ermita Iztapalapa, y al oeste la calle Los Reyes y Gral. Anaya. (Observar Mapa 1)

¹³ Se omite el nombre de la institución a petición del personal que autorizó la investigación.

3.2.- El desarrollo del taller ¿Qué comemos?

En lo referente a la problemática de salud que representa el aumento en la prevalencia de obesidad y su vinculación con la situación alimentaria del país exploramos la representación social del consumo de alimentos que tiene un grupo de adolescentes de Iztapalapa mediante el taller ¿Qué comemos? Durante el desarrollo de esta experiencia de enseñanza-aprendizaje pudimos generar una caracterización de los integrantes en relación con su edad, sexo y escolaridad. Asimismo, identificamos las ideas e información que los participantes tienen respecto de los distintos tipos de alimentos (no procesados, procesados y ultraprocesados) e identificamos los principales alimentos que consumen los adolescentes en su casa, escuela y comunidad. Igualmente, nos pudimos acercar a la serie de sentimientos y sensaciones genera el consumo de alimentos en los adolescentes y evaluar la información que poseen sobre la producción, transformación y distribución de alimentos. Asimismo, trabajamos en la identificación de las razones del consumo de alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados durante la adolescencia, analizamos la información y opinión que tienen los sujetos de investigación sobre la lectura del etiquetado nutricional de los alimentos, recogimos la opinión que tienen los sujetos de investigación del aumento al impuesto a bebidas azucaradas y alimentos con alto contenido energético con escaso o nulo valor nutricional y sobre los *Lineamientos Generales para el Expendio y Distribución de Alimentos y Bebidas Preparados y Procesados en las Escuelas del Sistema Educativo Nacional*. Finalmente, identificamos la percepción que tiene los profesores sobre los adolescentes en relación con el derecho a la alimentación, localizamos los factores sociales, culturales y familiares que influyen en la elección de los alimentos que consumen de manera cotidiana y definimos las circunstancias escolares, familiares y comunitarias que promueven la ingesta de alimentos ultraprocesados en el contexto mexicano.

En el desarrollo de la investigación se utilizó una metodología con enfoque cualitativo que posibilitan estructuras de observación del otro mediante grupos de conversación, testimonios y entrevistas. De acuerdo con Canales (2006), tal

acercamiento se caracteriza por su apertura y porque la mayoría de los instrumentos utilizados son conversacionales.

En particular, desarrollamos un grupo de discusión, herramienta de uso común entre investigadores sociales cualitativos que permite conocer las racionalizaciones con las que un colectivo se representa a sí mismo, de forma tal que nos posibilita el acceso al significado comunitario, a los temas sociales y culturales, o a aquellos objetos de representación que nos interesan.

El grupo de discusión se construye a partir de conversaciones o juegos de preguntas y respuestas que hablan de su "realidad", "discursos y códigos" con los que interpretan el mundo. En ese sentido, los elementos claves para la descripción de la técnica pueden definirse en las preguntas respecto de qué discurso se produce en una conversación grupal, y en segundo término, respecto a cómo hace el investigador para posibilitarlo (Canales, 2006:268).

De acuerdo con Canales (2006) la condición general para hacer posible un grupo de discusión es lograr una conversación en relación con el tema propuesto por la investigadora. Al respecto, se diseñó y operó un taller con una serie de actividades lúdicas generando el diálogo entre los participantes.

El taller *¿Qué comemos?* contó con la participación de seis estudiantes, tres hombres y tres mujeres, entre los 13 y 14 años de edad, pertenecientes al taller de informática de una escuela secundaria de la Alcaldía Iztapalapa.

Asimismo, se utilizaron diversas técnicas como la observación, entrevistas semiestructuradas, diálogos informales, técnicas grupales lúdicas y participativas y revisión de documentos.

El primer paso fue indagar sobre las investigaciones realizadas en torno de la alimentación, lo cual me permitió realizar las preguntas y objetivos pertinentes. Al mismo tiempo inicié la gestión del permiso para realizar el estudio dentro de las instalaciones de una escuela secundaria de la alcaldía Iztapalapa, solicitado mediante un oficio emitido por el departamento de investigación de la Escuela Nacional de Trabajo Social y dirigido a la Dirección de Servicios Educativos

Iztapalapa. Este permiso fue negado, argumentando que los permisos para temas relacionados con el expendio y distribución de alimentos estaban limitados y contaban con un trámite que se tenía que gestionar con años de anticipación. Ante esta situación, gestioné el permiso directamente con el área de Trabajo Social en el plantel educativo. Fue así como el director aceptó mi proyecto de investigación con la condición de reservar los datos de la secundaria, además de hacerme acompañar por personal administrativo durante las sesiones del taller con los jóvenes adolescentes.

Para indagar el tipo de alimentos que se venden y consumen dentro del plantel educativo diseñé y apliqué una guía de observación y entrevista que tuvo como objetivo retratar de manera fotográfica los espacios y los alimentos de mayor acceso para los adolescentes.

También se realizó un recorrido de campo por el barrio de San Lucas, Iztapalapa, observando, dialogando y haciendo uso del mapa, donde ubiqué los espacios y tipos de alimentos que se venden y consumen.

Posteriormente, se diseñó el taller con el objetivo de explorar las representaciones sociales del consumo de alimentos de los adolescentes, que por medio de actividades lúdicas y participativas con técnicas que facilitaron la conversación entre los adolescentes.

La planeación de las actividades a desarrollar en el taller surgió con base en la metodología implementada por Monserrat González (2010) en el diagnóstico comunitario de la localidad de Parres el Guarda, Tlalpan, CDMX, en el que utilizó técnicas participativas, lúdicas y talleres con lo que logró articular referentes empíricos y teóricos que le permitieron identificar las percepciones y representaciones sociales, en especial, de los jóvenes adolescentes de la escuela secundaria, acerca de los problemas y posibilidades socioambientales que tiene la comunidad.

El taller estuvo conformado por sesiones divididas en tres módulos de una hora cada uno, realizadas en el salón del taller de cómputo, el cual contaba con mesas

para trabajo en equipo, pizarrón y computadoras. El taller se formó con base en los objetivos planeados, las circunstancias socioculturales de los adolescentes e integrando la técnica de grupos de discusión, el cual consistió en actividades con diferentes objetivos (Ver Anexo 4).

El taller inició con una presentación por parte de la profesora de cómputo, quién explicó a los participantes que la clase del taller de computación se iba a suspender para trabajar con temas relacionados con la alimentación. Asimismo, la facilitadora se presentó señalando su nombre, formación y dando un encuadre de las actividades a realizar

Para identificar los alimentos que las y los adolescentes consumen de manera cotidiana se le pidió a los y las participantes que se presentaran diciendo su nombre, dos alimentos y bebidas que más les gustaba y dos alimentos y bebidas que no les gustaban.

Posteriormente, se otorgó a cada alumna y alumno un paquete con varios recortes de alimentos (fotografías y envolturas), un pliego de papel bond, pegamento (pritt y silicón frío) y plumones. Se les indicó que con ellos tendrían que hacer un collage que se compusiera de cuatro partes: los alimentos que consumen en su casa, en la escuela, en las fiestas y en la calle. Cabe señalar que los pliegos de papel bond ya estaban previamente rotulados con esos cuatro subtítulos. Así mismo, se les pidió que no pegaran cualquier recorte o envoltura de comida que ellas y ellos no consumieran, y en caso de no contar con la fotografía o envoltura de algún alimento que consuman, podían anotar el nombre de ese alimento con plumón en la sección correspondiente del collage

Foto 1. Collage del Taller: ¿Qué comemos?



Fuente: Ana Molina, Alcaldía Iztapalapa, (26-04-2018)

Al terminar la actividad, cada participante rotuló con su nombre el collage y lo pegó en el pizarrón del salón. Una vez que todos los collages estaban en el pizarrón encerraron con un círculo aquellos alimentos que consumen de manera frecuente en cada espacio (casa, escuela, fiestas y calle).

Después, los jóvenes permanecieron de pie frente su collage y explicaron que impresión les da el ver el tipo de alimentación que llevan. El orden en que pegaron los collages y dieron su respectiva explicación fue el siguiente (de derecha a izquierda): P1. AC, P2. GU, P3. YE, P4. AL, P5. MA y P6. AB (nomenclatura utilizada para identificar la participación de los alumnos en cada actividad a fin de reservar su identidad). Las opiniones que dieron sobre su propia alimentación estuvieron divididas entre que tenían una "buena" y una "mala" alimentación.

La actividad del collage sirvió para identificar las razones del consumo de alimentos procesados, no procesados y ultraprocesados. La actividad se fortaleció cuando se cuestionaron algunos aspectos sobre los alimentos para conocer su opinión sobre ellos. Algunos de los cuestionamientos fueron: ¿Qué es lo que más les gusta comer?, ¿Qué es lo que menos les gusta comer?, ¿Por qué creen que no siempre pueden comer lo mismo?, entre otras interrogantes que junto con las respuestas de las y los participantes se utilizaron para hacer reflexiones sobre los

tipos de alimentos y los hábitos de alimentación, de esta forma terminó la primera actividad. En el siguiente apartado se exponen las respuestas de los participantes del taller al respecto.

La segunda actividad fue "la historia del origen de los alimentos"¹⁴, para conocer la información que las y los adolescentes tenían sobre la producción de alimentos. Esta actividad consistió en escribir la historia del origen de dos alimentos (uno no procesado y otro ultraprocesado). Para ello se formaron tres parejas, cada una integrada por un hombre y una mujer, a cada una de las cuales se les dio, aleatoriamente, un paquete que contenía papel bond, el recorte de un alimento (fotografía o envoltura) y un plumón; el alimento que le tocó a cada pareja fue diferente.

En esta actividad, los participantes tuvieron dudas sobre cómo realizar esta actividad. En consecuencia, la coordinadora repitió las instrucciones de forma más clara con otras palabras: "del alimento que les tocó, ustedes qué información tienen de todo aquello que necesita pasar hasta que ese alimento llega a un mercado, a la tienda o a su casa para que ustedes se lo puedan comer..." También se atendieron y resolvieron las dudas de todos los alumnos hasta aclararlas por completo.

Para identificar la información que se tiene de las etapas que anteceden el consumo de alimentos, al final, las y los participantes expusieron sus dibujos y respondieron cuatro preguntas: ¿Qué producto les costó más trabajo imaginar? ¿De dónde proviene? ¿Cómo está elaborado? ¿Por qué?

Durante la realización de las historias se hizo notar que, en general, se desconoce el proceso de producción que llevan los alimentos consumidos, tanto de los ultraprocesados -como por ejemplo, la "coca cola" de la empresa FEMSA y el "gansito Marinela" de la fábrica Bimbo- como de los naturales o procesados -por ejemplo, el huanzontle.

¹⁴ Esta actividad se basó en el libro de *Historia de las cosas* de Annie Leonard (2010).

Al terminar de escuchar las exposiciones de los estudiantes, se dio una explicación sobre por qué muchas veces desconocemos los procesos de elaboración y los ingredientes de nuestros alimentos, en especial los ultraprocesados. Se aclaró la diferencia entre los tres tipos de alimentos: 1) no procesados: aquellos que después de cultivarse de la tierra (en el caso de frutas y verduras) únicamente llevan un proceso de limpieza y empaquetado para su distribución antes de su consumo final; 2) procesados: aquellos que además de lo anterior ven modificada su forma original (por ejemplo la verdura picada que se vende en los mercados) y a los cuales se les pueden agregar conservadores para incrementar su vida útil de consumo; y 3) los ultra procesados: aquellos que se producen industrialmente (como los gansitos o la coca cola) y que son los más dañinos a la salud, ya que no solamente derivan de un proceso mucho más industrializado sino también porque se utilizan productos muy procesados para su producción, por ejemplo el azúcar refinada, colorantes y saborizantes artificiales, entre otros.

Esta segunda actividad permitió explicar la importancia de la lectura de etiquetas, pues señalé que las parejas que les había tocado un alimento ultra procesado tuvieron la necesidad de leer la etiqueta del alimento para saber cuáles son sus ingredientes y hacerse una idea de cómo es que se produce. Se analizó que leer las etiquetas significa ejercer el derecho a la información, que por general la gente no tiene, lo que provoca un desconocimiento sobre los alimentos que consumimos con sus efectos negativos en nuestra salud. Por tanto, leer las etiquetas de los alimentos es un hábito que forma parte del cuidado de nuestra salud, aunque el actual etiquetado es muy confuso y favorece más a la industria alimentaria que a la salud pública.

Como ejemplo, se habló brevemente de los ingredientes de la Coca Cola con información recabada en la página oficial de El poder del consumidor¹⁵. Además, se ilustró lo dicho poniendo en un vaso las 12 ½ cucharadas de azúcar que contiene una botella 600ml de esta bebida. Este ejemplo sirvió para comparar el

¹⁵ El poder del consumidor (sf). Radiografías vistas en <https://elpoderdelconsumidor.org/radiografias/>

consumo de azúcar diario de una dieta saludable y las porciones que manejan los alimentos ultra procesados.

De igual forma, se mencionó que esto también pasa con la sal, entre otros ingredientes que en exceso son perjudiciales para la salud. Asimismo, se advirtió que, al leer las etiquetas y comparar con las fuentes oficiales sobre una alimentación saludable, es evidente que la información proporcionada no siempre es verídica.

La tercera actividad consistió en utilizar la nueva información proporcionada a las y los adolescentes, y conocer la imagen que tienen de los alimentos procesados, no procesados y ultraprocesados. Se le pidió a los participantes llenar un cuadro con figuras y/o envolturas de alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados. Los estudiantes colocaron las figuras de los alimentos proporcionados, decidieron si para ellos eran ultraprocesados, procesados o no procesados, y si eran sanos o malsanos (Ver Foto 2). Cada estudiante pasó al pizarrón a pegar la figura o envoltura y explicar por qué la colocó en ese lugar.

Con la nueva información que se les había proporcionado fue fácil para las alumnas y alumnos identificar a qué tipo de alimento pertenecía cada recorte, incluso se corrigieron entre ellos mismos. Sin embargo, los adolescentes identificaron como productos sanos diversos productos ultraprocesados como galletas, cereales y productos derivados de la leche, por ejemplo, el yogurt y las "zucaritas". Por ello, se intentó una breve lectura sobre el cereal "zucaritas" y sus ingredientes, pero la reacción de las alumnas y alumnos fue un quejido inmediato y comentaron que no querían escuchar la lectura ya que les estaba resultando cansado y les había dado hambre. Por esa razón omití esa lectura para no perder la atención y el interés del grupo.

Foto 2. Cuadro de alimentos no procesados, procesados, ultraprocesados, sanos y mal sanos



Fuente: Ana Molina, Alcaldía Iztapalapa, (26-04-2018)

La cuarta actividad consistió en un debate. Se formaron dos equipos de tres alumnos cada uno, uno de hombres y otro de mujeres. El finalidad del debate era que cada equipo elaborara un discurso a modo de comercial en el que eligiera un alimento que les gusta y reconociera sus puntos negativos e hicieran un esfuerzo por convencer a la audiencia de consumir un alimento similar pero sano, por ejemplo: hablar de los beneficios de comer sopa de verduras en comparación a una sopa instantánea.

El equipo de las mujeres fue el primero en exponer sus puntos de vista. Los alimentos comparados fueron el pozole preparado en casa contra la pizza de cadenas de comida rápida como opción no saludable. Entre los argumentos expuestos se dijo que la preparación en casa garantiza una mayor higiene, un mayor beneficio en relación a la cantidad de alimento preparado en relación con su precio y una mayor satisfacción del hambre.

El segundo equipo en exponer su debate fue el de los hombres quienes lo presentaron a modo de comercial de televisión. Compararon los tacos contras las hamburguesas como la opción menos saludable.

Por último, para identificar cómo perciben los adolescentes el derecho a la alimentación se realizó una lluvia de ideas, en la que se pidió a los adolescentes que escribieran en una hoja de papel las palabras que relacionaban con el derecho a la alimentación. Tuvieron 5 minutos para escribir y posteriormente 5 minutos para explicar por qué habían escrito esas palabras. Retomando el ejercicio, compartí información sobre el derecho a la alimentación, el *Manifiesto por la Salud Alimentaria* (Alianza por la Salud Alimentaria, s. f. ed.) y el *Manifiesto por un Sistema Alimentario Nutricional, Justo y Sustentable* (Alianza por la Salud Alimentaria, s. f. ed.). Con base en la información proporcionada, y de acuerdo con las experiencias de las y los adolescentes, se solicitó, como quinta y última actividad, escribir un manifiesto por su salud alimentaria, que constara de cuatro puntos que ellos mismos pudieran llevar a cabo en muchos espacios (casa, escuela, fiestas, calle, etc.) para alimentarse correctamente, es decir, de forma más saludable. Para la elaboración de este tratado las alumnas y alumnos utilizaron los conocimientos adquiridos durante el taller. El resultado se tituló *Come bien* y fue firmado por todos y cada uno de los alumnos y alumnas. Más adelante se analiza el contenido de dicho tratado.

Para conocer los alimentos disponibles en el hogar, se planeó una visita domiciliaria, que se acordó por teléfono con uno de los adolescentes. Sin embargo, esta entrevista no se realizó ya que al acudir al domicilio la persona no contestó el teléfono y no abrió la puerta, por lo tanto, no se logró aplicar la guía de observación y entrevista. En consecuencia, se decidió hacer una investigación documental en relación a los alimentos de mayor consumo en los hogares de la CDMX.

Finalmente, pude entrevistar a un profesor de los estudiantes participantes en el taller, con el fin de explorar su percepción acerca de las representaciones sociales de los adolescentes relacionadas con el consumo de alimentos.

3.3.- Los resultados del taller: representaciones sociales sobre el comer

El concepto de "representaciones sociales" (RS) es híbrido porque en él confluyen nociones sociológicas -tales como la cultura o la ideología- y nociones psicológicas -como el pensamiento y la imagen. Esto lo convierte en un concepto marco que apunta hacia un conjunto de fenómenos y procesos más que a objetos claramente diferenciados o mecanismos definidos con precisión. Podemos definir a las RS como la forma en que los sujetos sociales aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente y las informaciones que en él circulan. Esto nos remite al conocimiento del sentido común o conocimiento natural, que es un conocimiento socialmente elaborado y compartido dado que se construye a partir de nuestras experiencias, de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social (Jodelet, 1986 en Ibáñez, 1988: 32-33).

El estudio de representaciones sociales de los adolescentes acerca de los alimentos muestra las dinámicas de traducción de la ciencia en sentido común y la asimilación en lo cotidiano, a partir del contexto histórico y cultural que conlleva transformaciones en un sistema de conocimientos y prácticas. Esta investigación nos ofrece una oportunidad para el estudio de la vida social, pues el consumo de alimentos deja entrever las relaciones, estructuras, expectativas y aspiraciones que tienen los adolescentes, que incluyen creencias, ideologías e identidades que orientan las prácticas culturales y alimentarias.

Si, como dijimos, las representaciones sociales se refieren al conocimiento de sentido común que se construye en la interacción entre individuos, grupos y dimensiones de lo social, medios de comunicación, instituciones, legislación, etcétera (Moscovici, 1961 en Parales, 2006), entonces, al representarse socialmente un evento u objeto, lo desconocido y/o problemático se integra en perspectivas familiares del mundo. Lo nuevo se incorpora en estructuras de conocimiento existentes (el anclaje) y al mismo tiempo su esquema conceptual se

materializa (objetivación), reproduciéndose en imágenes y metáforas que absorben universos de significación.

Los elementos que entran en la composición de una representación social son numerosos como variados en cuanto a su naturaleza y a su procedencia. En efecto, los valores, las opiniones, las actitudes, las creencias, las imágenes, las informaciones forman parte de una representación social. Sin embargo, esto no quiere decir que no exista una unidad funcional fuertemente organizada. Ante esto, Moscovici indicó que existen tres ejes en torno a los cuales se estructuran los componentes de una representación social: la actitud, la información y el campo de representación (Ibáñez, 1988:46).

Los resultados del Taller *¿Qué comemos?* -en el que participaron seis adolescentes, tres hombres y tres mujeres, entre los 13 y 14 años de edad, de la Alcaldía Iztapalapa- nos permitieron identificar, por medio de técnicas grupales lúdicas y participativas, la *actitud* e *información* que tienen los adolescentes en relación con su consumo de alimentos.

La actitud se manifiesta como la disposición más o menos favorable que tiene una persona hacia el objeto de representación y expresa, por lo tanto, la orientación evaluativa en relación con ese objeto. En el caso específico de esta investigación se identificaron tres aspectos: 1) los sentimientos y sensaciones que en el adolescente genera el consumo de alimentos; 2) las razones del consumo de alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados; 3) los principales alimentos que consumen los adolescentes en su casa, escuela y comunidad.

Al preguntar *¿Qué les hacen sentir los alimentos que están en sus carteles cuando los consumen?* y *¿Cómo se sienten?* las respuestas de los adolescentes se adscribieron a la sensación biológica de no sentir hambre. En su discurso, señalaron frases como las siguientes: "llena la barriguita", "me da más hambre", "me siento ligera", "me siento llena", "me da más hambre", "me lleno" (P2. GU, 2018 recuperado del taller: *¿Qué comemos?*, 2018). Esta concepción sobre lo que es comer refleja el pensamiento predominante de que la alimentación es un acto

de satisfacer una necesidad humana, sin poner atención con qué y cómo se satisface o en los elementos nutritivos que aportan los alimentos.

Los diversos componentes afectivos que forman parte de cualquier representación se articulan precisamente sobre esta dimensión evaluativa, imprimiendo a las representaciones sociales un carácter dinámico. Es así como el componente actitudinal de las representaciones sociales dinamiza y orienta decisivamente las conductas hacia el objeto representado, situando un conjunto de relaciones emocionales e implicando a las personas con mayor o menor intensidad (Ibáñez, 1988:46-47). En relación a esto, cuando se les preguntó a los adolescentes qué opinaban de los alimentos que habían colocado en su collage, dijeron cosas como las siguientes (Taller: ¿Qué comemos?, 2018), no sin realizar manifestaciones gestuales y corporales de asombro y pena, como el taparse los ojos, agarrarse la cabeza, taparse la boca:

- "Pues que no es una buena alimentación" (AC, 2018)
- "Que no como muy bien, que son puras chucherías" (GU, 2018)
- "La mía sí está de la fregada, que está muy mal. La verdad no como bien" (YE,2018)
- "Puro dulce, puro helado, nomás una comida que sí es sana" (AL,2018)
- "Nada que está bien" (MA, 2018)
- "Pues que debo comer más sano, pues porque no puedo seguir comiendo mucha pizza y coca" (AB, 2018)

Una de las razones expuestas por los adolescentes para consumir alimentos ultraprocesados es la practicidad de transportación. Aparentemente son más prácticos a la hora de ser transportados y consumidos frente a los alimentos no procesados, como lo señala uno de los participantes de manera muy descriptiva, quien dice preferir los alimentos ultraprocesados "porque a veces no puedo meter

mi caldito de pollo en la escuela [...] ni modo que parezca perrito ahí comiéndolo en el toper" (GV, Taller: ¿Qué comemos?, 2018).

De la misma forma, un aspecto a considerar por los adolescentes para decidir consumir entre un alimento y otro es el sabor¹⁶, el precio y el tamaño del producto. Esto nos permite reflexionar sobre cómo influye la publicidad engañosa en el consumo de alimentos ultraprocesados, que a pesar de tener aditivos como la sal y azúcar en abundancia, les parecen más accesibles por su costo y disponibilidad. Al respecto, los participantes del taller señalaron que sus preferencias están determinadas porque "Unos son más sabrosos que otros" (GV, 2018), por el costo "si llevas cinco pesitos" (YE, 2018), "por el tamaño" (AB, 2018) y por "el precio y la marca" (MA, 2018).

Se identificó que los principales alimentos consumidos por los adolescentes en casa, escuela, comunidad y fiestas son alimentos ultraprocesados (observar Collages 1, 2, 3 y 4), entre los que se destacan productos de las grandes corporaciones encabezadas por *FEMSA*. Esta situación resulta alarmante dado que evidencia cómo estas corporaciones de alimentos se han insertado en las preferencias alimentarias desde los primeros años de vida, de manera que el consumo de este tipo de comida crea patrones de consumo a largo plazo.

De acuerdo con Shlosser (2003) los alimentos ultraprocesados se han convertido en productos de mayor consumo debido a que se les añaden saborizantes para darles olor, sabor y texturas características que le otorgan una presentación al producto, y que son factores que se suman al efector seductor de la mercadotecnia y que, en conjunto, crean la imagen que buscan presentar los productos como de alto estatus o modernos.

¹⁶ La experiencia humana de la comida representa un conjunto de todos los sentidos, y no sólo de los receptores de la lengua, los olores, el aspecto visual y la textura, pues hasta los sonidos crean los conocimientos de la comida que los neurológicos llaman gusto, el cual se diferencia del sabor, que es propiedad de la lengua. Con todos estos sentidos, que son procesados por la memoria, se afirma si una sustancia es o no comestible dentro de una cultura. En suma, la connotación cultural de la comida tiene una dimensión social muy importante: por ejemplo, una comida compartida entre amigos da más satisfacción que comer solo (Pitcher J. 2018).

Collage 1. Consumo de alimentos en casa



Fuente: elaboración propia con fotos del Taller: ¿Qué comemos? alcaldía Iztapalapa, (26-04-2018)

Collage 2. Consumo de alimentos en la escuela



Fuente: elaboración propia con fotos del Taller: ¿Qué comemos? alcaldía Iztapalapa, (26-04-2018)

Collage 3. Consumo de alimentos en la calle



Además de que los productos ultraprocesados son los que más se consumen, también se mantienen en el gusto¹⁷ de las y los adolescentes. Correspondientemente, existe un rechazo gustativo a los alimentos culturalmente apropiados como las habas, las calabazas, las setas, principalmente, situación en la que *publicidad engañosa*¹⁸ juega un papel decisivo al influir en la toma de

¹⁷ El gusto es un hábito adquirido, heredado y que cambia con el tiempo. Actualmente, las industrias agroalimentarias han transformado el gusto popular. Los productos ultraprocesados quieren, con una violencia simbólica, cambiar radicalmente nuestros hábitos alimenticios, que eran más saludables, para que se acepten los inculcados por esas diez grandes empresas multinacionales agroalimentarias que están ejerciendo una violencia política sobre nuestro sistema de gustos tradicionales en México (Giménez, G. 2018). Al respecto, los adolescentes refieren con un sabor "rico" al obtenido con los productos abundantes en saborizantes artificiales, azúcar y sal, en un claro reacomodo de los gustos. Sin embargo, esta situación es reversible y se puede pensar en "reeducar el paladar" (Ponce, 2018).

¹⁸ Uno de los principales factores para el desarrollo de la obesidad infantil y adolescente, revisado en la investigación documental, es la promoción y publicidad de alimentos y bebidas poco saludables con alto contenido de grasas, azúcar y sodio. La promoción se refiere a: "Toda clase de comunicación o mensaje comercial concebido para, o que tiene el efecto de, aumentar el

decisiones de consumo. De acuerdo con González (2018) este tipo de publicidad se ha encargado de dar estatus a alimentos que se encuentran ajenos a nuestra identidad cultural y a la salud, que dan privilegio a la moda y a la atracción física al publicitar productos que ofrecen satisfactores atractivos para múltiples necesidades, como la nutrición, el bienestar, la salud y la belleza. Al respecto, los adolescentes del taller, expresaron frases como las siguientes:

- "Me gusta el espagueti, el agua de sabor, no me gusta las lentejas ni la leche, ni las habas" (P2. GU,2018)
- "Me gustan los taquitos de suadero, me gusta una agüita de limón, lo que no me gustan son las setas o algo que tenga que ver con verduras, y una bebida que no me guste mmm... es que todo me gusta". (P3.YA,2018)
- "A mí me encanta el mole y la tinga, y lo que no me gusta. (...) también las zetas (...) y el brócoli". (P4. AL,2018)
- "A mí me gustan más las quesadillas y no me gusta el agua de sabor, así de Tang. Me gusta mucho el refresco y no me gustan las calabazas". (P6. AB, 2018)
- "Me gusta el pozole, no me gustan las calabazas o algo así". (P.5 MA, 2018)

Por su parte, la dimensión de *información* se refiere a lo que se conoce sobre los objetos representados, en nuestro caso los siguientes: 1) alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados; 2) producción, transformación y distribución de alimentos ,además de la lectura del etiquetado nutricional de los alimentos; 3) aumento al impuesto a bebidas azucaradas y alimentos con alto contenido energético con escaso o nulo valor nutricional; 4) *Lineamientos*

reconocimiento, la atracción o el consumo de determinados productos y servicios. Comprende todo aquello que sirve para dar publicidad o promover un producto o servicio" (Organización Panamericana de Salud, 2011). Especialmente, adolescentes son susceptibles a la influencia de terceros, situación que aprovecha la industria para estimular el consumo de alimentos ultraprocesados mandando mensajes relacionados con deportes, música y otras actividades que resultan atractivas para ellos (Alianza por la salud alimentaria, 2016).

Al indagar sobre la información que las y los adolescentes tienen de los alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados, se identificó que se basan en la publicidad para determinar qué tipo de alimento consumir. Por relacionaron lo nutritivo y lo sano con alimentos no procesados y con algunos ultraprocesados, especialmente productos que en su mensaje publicitario son promovidos como sanos aunque no lo sean, especialmente yogurt, pan integral, cereales, Yakult¹⁹, jugos y aguas de sabor ultraprocesadas. Por el contrario, papas fritas, pan dulce y refresco fueron identificados como malsanos y perjudiciales para la salud. Al respecto, los adolescentes del taller las siguientes ideas:

- “El juguito de manzana es más natural que nada (...) el hecho en casa sabe rico, pero dicen que el Jumex y el Vida si usan frutas naturales, pero en el caso de Boing en el de uva, en el de guayaba utilizan colorantes”. (P2. GU, 2018)
- “¿Las Zucaritas son un alimento sano o no? (...) Más o menos por la fibra, le ayuda a la panza (...) más si le pones fruta”. (P3. YE, 2018)
- “El Activia, ese sabe rico”. (P6. AB, 2018). “El Activia es sano”. (P5. MA, 2018). “Más cuando es de manguito con avena”. (P4. AL, 2018)
- “¿El Yakult?²⁰ (...) ¡Uy! Demasiado sano”. (P1. AC, 2018)
- “Entonces, ¿Hay alimentos ultraprocesados que son sanos? (...) si (...) sí, a veces”. (Grupo, 2018).

¹⁹ Un tema que se discute poco es el de los alimentos que “promueven la salud” conocidos como probióticos o alimentos remedio, que constituyen nuevos nichos de mercado conquistados por las alianzas entre la industria farmacéutica y alimenticia, muy promocionadas por los medios de comunicación masiva por sus supuestas ventajas, pero de dudosa credibilidad (Papuccio de Vidal, 2011: 60).

²⁰ Yakult contiene 2½ cucharadas cafeteras de azúcar. Su publicidad se basa en los beneficios de los lactobacilos, sin alertar respecto a la cantidad de azúcares presentes. Ver radiografía del Yakult en <https://elpoderdelconsumidor.org/2015/02/yakult-producto-lacteo-fermentado-80-ml-13-de-vaso/>

En relación con la información que los adolescentes tienen de la producción, transformación y distribución de alimentos en sus tres variedades, encontré que existe un desconocimiento sobre el origen de los alimentos, especialmente con los culturalmente apropiados. Lejos de describir el proceso que siguen para que lleguen al consumidor final, el principal problema al que se enfrentaron los adolescentes fue identificarlos. Asimismo, se detectó que no existe un cuestionamiento en relación al cómo se producen los alimentos ultraprocesados, como lo podemos ver en el siguiente diálogo:

- P5. MA: ¿Qué te tocó?
- P4. AL: ¿Eso qué es?
- P2. GU: ¡yo lo quiero!
- P6. AB: ¿Qué es eso? Mi abuelita lo prepara, pero no sé qué es
- P2. GU: ¿Es romero?
- Facilitadora: "No, no es romero"
- P1. AC: ¿Es un pino?
- Facilitadora: Esto es un huauzontle.
- P3. YE: "Esto ¿de qué está hecho? [observa la envoltura de las *Deliciosas*], jarabe de maíz, harina [lee la etiqueta de ingredientes], no sé qué es eso. O sea, si no sé cómo se hace, puedo poner que se hace una fábrica, va en un camión llega al súper mercado, y ya".

A continuación, se muestran los diálogos cada participante durante la actividad denominada *La historia del origen de los alimentos*:

- "Los huauzontles, salen de la tierra, de una raíz, la sacan, la sacuden, las meten en una bolsa de plástico, las llevan al mercado y la venden en diez pesos. Y con eso podemos hacer un caldo, bueno eso creo". (P2. GU,2018)

- "Las Deliciosas, pues, llevan ingredientes a una fábrica, los mezclan, sale la galletita, los embolsan, la empaquetan, las llevan en cajas a un camión, las llevan a una tienda y las venden, y ¡ya!". (P3.YE, 2018)
- "Los hongos, los siembran y luego los desentierran, y de ahí las ponen en cajas, y los puestos de verdura los compran, ahí llegan a tu casa y después te los comes, y ya". (P4. AL, 2018)
- "Para hacer la Coca Cola, los ingredientes llegan a la fábrica y son examinados, para poder usarlos en buen estado en The Coca-Cola Company, después son colocados en cajas y son transportados en un camión a las tiendas o al súper" (P6. AB, 2018)
- "El nopal se siembra, después lo cortan, lo llevan al mercado y lo venden. La gente que lo compra lo limpia o lo compra ya limpiado, y a veces ya preparado, lo llevan a su casa y ya lo comen" (P1. AC, 2018)
- "Gansito, yo me imagino que sale de un fábrica. Lo fabrican, los llevan a un camión, llegan a las tiendas. Y para llegar a nuestras casas, podemos ir a comprarlas y consumirlas" (P5. MA, 2018)

Como podemos observar, para los adolescentes no fue sencillo describir el proceso que sigue un alimento hasta ser consumido. Cada vez sabemos menos sobre lo que se consume, los ingredientes de los que está compuesto, si es saludable, cómo y en donde se produce, a través de qué mecanismos ha llegado hasta nuestro plato y, mucho menos, quiénes son los actores que participan en estos procesos industriales. De con Papuccio de Vidal (2011), esto tiene que ver con el modelo agroalimentario agroindustrial y globalizado, responsable de la destrucción de nuestros ecosistemas (y de otras tantas injusticias sociales y económicas). Éste es el eje de las relaciones sociales que, bajo la idea de que cada individuo es libre y decide sobre sí mismo y sobre su entorno, no permite que se visualice que las decisiones están determinadas por redes de poder, como son las industrias de alimentos y bebidas.

En relación con la experiencia de describir el proceso que siguen los alimentos para poder ser consumidos, los adolescentes identificaron que su principal problemática es ignorar qué ingredientes tienen los alimentos ultraprocesados. Asimismo, es notable el desconocimiento que tienen de cómo se cosechan los alimentos, lo que denota la importancia de una reeducación socioeducativa que lejos de llevar información de lo que se debe o no comer, debe rescatar el acto de comer a partir de un conocimiento holístico del origen de los alimentos.

Las reflexiones relativas a la necesidad de saber qué ingredientes tienen los productos ultraprocesados permitieron indagar en la información que las personas adolescentes tienen de la lectura del etiquetado nutricional de los alimentos. Con la realización del ejercicio del origen de los alimentos, los participantes identificaron la importancia de revisar la lista de ingredientes. Sin embargo, detectaron que no es una información clara, y además no le habían prestado atención, como se muestra a continuación:

- "A mí se me hizo difícil pensar y pensar de donde salen" (P5. MA, 2018)*.
- "No sabemos por qué procesos pasan [los alimentos ultraprocesados]" (P1. AC, 2018)
- "Porque ni sabemos qué son, ni cómo se llaman" (P2.GU.2018)
- "Porque nosotros no los producimos [...] Porque no sabemos qué hay en los productos [...] leí la etiqueta de la Coca sí, pero ni dice". (P6.BA, 2018)
- "No sabemos cómo los fabrican" (P4 A, 2018)
- "No sé ni cómo se prepara una galleta" (P3. YE,2018)

Por tanto, al hablarles de los contenidos de las etiquetas –por ejemplo, la cantidad de sal y azúcar recomendada- y al leerles la radiografía de Zucaritas y Coca-Cola, los adolescentes mostraron asombro de lo que comen, sobre todo por productos que ellos consideraban sanos. Unos se dijeron timados: "Me han

engañado" (P2. GU, 2018) y "Es que nos mienten" (P3.YE, 2018), fueron sus expresiones. Otro mostró incredulidad: "Es una etiqueta falsa" (P5. MA, 2018). Uno más manifestó: "me rompieron mi ilusión" (P4. AL, 2018). E, incluso hubo quien se mostró preocupado una vez que tuvo la información: "¿Por qué si son malos los siguen vendiendo?". (P6. AB, 2018).

El taller permitió acercar información oportuna y crítica a los adolescentes, y fomentar la conciencia en el ejercicio del derecho a la alimentación. Las personas adolescentes destacaron que las etiquetas no muestran la información precisa de lo que contienen los productos ultraprocesados. Pueden tener ciertos datos, "pero no te dicen bien que tiene". (P2. GU, 2018).

Al comentarles que en otros países se hace uso de un etiquetado en el que, con una insignia verde, amarilla y roja, se marcan los alimentos que son recomendables, poco recomendables y no recomendables, las y los adolescentes expresaron que en México esta estrategia no tendría tanto éxito, porque los alimentos ultraprocesados se encuentran en el gusto de las personas y los ciudadanos no leen las etiquetas. Así, algunos dijeron que este etiquetado alternativo no funcionaría en nuestro país por las siguientes razones: 1) "muchos no lo leen y les gusta" el producto (P5.MA, 2018); 2) "ya le agarraron el vicio" a los alimentos ultraprocesados (P4. AL, 2018); 3) "Para unas familias ya es un hábito" (P3.YA, 2018); 4) es una costumbre que "en la comida ya tienes la Coca, la Pepsi, el Jarrito" (P1. AC, 2018); 5) "la Pepsi esta re buena. Mi vicio es la Coca" (P6. AB, 2018); o 6) "algunos no hacen caso y quieren seguir tomando más Coca, Coca y Coca".

Con la lectura de las radiografías de alimentos, las y los adolescentes mencionaron que no volverían a comer esos productos, aunque esto se contrapone a la respuesta que dieron en relación con la lectura de etiquetas y su influencia para que una persona consuma o no ciertos alimentos ultraprocesados. Esta dualidad se debe a que los adolescentes no tienen la información real de lo que contienen los alimentos y no pueden tomar decisiones adecuadas con base en la información que se les proporciona. Estas respuestas marcan la importancia

de que la información veraz puede promover e influir en el consumo de los alimentos.

Los seis participantes respondieron negativamente cuando se les preguntó si seguirían consumiendo alimentos ultraprocesados a pesar de las advertencias que vienen en la etiqueta. Incluso, uno manifestó "No, claro que no, porque ya tenemos más información de lo que consumimos" (P5. MA, 2018) y otro dijo que "No, ya no nos engañan" (P4. AL, 2018).

Posterior, se indagó en la información que las personas adolescentes tienen del aumento al impuesto a bebidas azucaradas y alimentos con alto contenido energético y con escaso o nulo valor nutricional, como una estrategia impulsada por la sociedad civil para disminuir la venta y el consumo de alimentos ultraprocesados. Los adolescentes manifestaron que esta estrategia es poco efectiva porque consideran que la mayoría de los alimentos con dichas características se encuentran en el gusto de las personas, y no importando si cuestan más o menos, las personas los seguirían comprando porque les gustan. No obstante, algunos reconocieron que posiblemente disminuya la cantidad de producto que consuman por una cuestión económica.

Así, las respuestas a la pregunta de si creían que el aumento al impuesto a las bebidas azucaradas y alimentos ultraprocesados es una medida para que realmente la gente no consuma estos productos, se dividieron. Cuatro participantes fueron de la opinión de que, aunque se incrementen los impuestos, la gente seguirá comprando este tipo de alimentos: por ejemplo, alguien afirmó que "aún así la gente lo compra" (P6. AB, 2018). Sólo dos adolescentes afirmaron que sí habría una disminución en la compra en caso de un incremento de los impuestos: "sí, por la economía van a dejar de comprar" (P3. YE, 2018) y "sí ya no les alcanza, pues ya no lo van a comprar (P5.MA, 2018)", fueron las expresiones con que manifestaron su confianza en esta medida.

Igualmente, señalaron que, para disminuir el consumo de alimentos ultraprocesados, es necesario disminuir su producción y aumentar la promoción de alimentos originarios de México. A la pregunta de ¿entonces qué se debe hacer

para fomentar la buena alimentación y que se dejen de consumir estos alimentos? contestaron que se deben realizar campañas de promoción de alimentos sanos y que ya no se fabriquen tantos alimentos ultraprocesados.

A continuación, se muestra como las y los adolescentes identificaron los mecanismos a través de los cuales las empresas de alimentos ultraprocesados fomentan el consumo de sus productos haciendo uso de campañas en las que "te dan más" (P4. AL, 2018), "hacen que uno comas más de eso" (P2. GU, 2018) o te dan "un premio y luego otro y otro" hasta que "si tengo suerte me acabo los de la tienda de Don Poncho" (P3. YE, 2018).

Por otro lado, los adolescentes desconocen el tema de los *Lineamientos Generales para el Expendio y Distribución de Alimentos y Bebidas Preparados y Procesados en las Escuelas del Sistema Educativo Nacional*, pero al exponerles su contenido mencionaron lo siguiente:

- "No, serán en escuelas privadas porque ahí sí son más sofisticados" (P2. GU, 2018)
- "Aquí eso no pasa" [todos se quedan viendo] (P4. AL, 2018)
- "Ni conocía que eso existía" (P3. YE, 2018)
- "Pues no, porque es solamente en las escuelas, sin embargo, puedes salir y comprarte lo que quieras" (P6. AB, 2018)
- "Además, le puedes decir al conserje que te lo compre, y ya él los compra" (P5. MA, 2018)

Como vemos, los *Lineamientos* no se llevan a cabo en la secundaria. Las y los participantes consideran que no es una estrategia adecuada para que coman bien, pues en la escuela se puede dejar de vender, pero pueden llevarlos desde su casa o consumir fuera de la escuela.

En relación con el objetivo de identificar cómo se perciben los adolescentes con relación al derecho a la alimentación, de manera directa los participantes no entendían a que se refería y tampoco reconocían que es un derecho estipulado en

el Artículo 4º constitucional. Sin embargo, al exponer de qué se trataba, los estudiantes pudieron dar elementos básicos sobre el derecho a la alimentación, principalmente saber de qué están elaborados los alimentos, y la relación entre alimentación y salud. Al respecto, tres participantes expresaron que dicho derecho se refiere "a la salud" (P1. AC, 2018; P4. AK, 2018, P2. GU, 2018), otro afirmó que "a la justicia" (P3. YE, 2018), mientras uno más consideró que "es comer los ingredientes verdaderos" (P5. MA, 2018) y un último dijo que "es comer a la hora que quieras, cuando tu pancita te empieza a gruñir" (P3. YE, 2018).

Uno de los productos finales del taller *¿Qué comemos?* fue un tratado que elaboraron a partir de los conocimientos y saberes compartidos. El tratado lo denominaron "Come Sano" y consistió en una serie de compromisos para tener una mejor alimentación en la casa, la escuela y la calle. Fue firmado por las y los adolescentes, como se aprecia en la Foto1.

Foto 3. Firma del tratado "Come Sano"



Fuente: elaboración propia con fotos del Taller: *¿Qué comemos?* alcaldía Iztapalapa, (26-04-2018)

Los compromisos establecidos en el tratado *Comamos Sano* fueron:

- *En casa*: procurar comprar alimentos frescos en el mercado, limpiar bien los alimentos, ayudar en la preparación de alimentos y compras, dejar de consumir grasa y cosas embolsadas y tomar agua.
- *En la escuela*: dejar de comprar chatarra, exigir que arreglen los bebederos y que vendan fruta.
- *En la calle*: dejar de comer taquitos, tortas, gorditas, pizza, refrescos y asegurar que los alimentos estén limpios." (*Tratado Comamos Sano*, elaborado en el Taller *¿Qué comemos?*, Alcaldía Iztapalapa, 26/04/2018).

En relación con el objetivo de identificar cómo perciben los profesores a los adolescentes con relación al derecho a la alimentación se tuvo como resultado que, al igual que los adolescentes, el profesor entrevistado desconocía el tema, además de responsabilizar al individuo en el consumo de alimentos. Sus giraron en torno de que a las y los adolescentes se les ha brindado la información del plato del buen comer y la jarra del buen beber, no obstante, lo cual, ellos y sus familias continúan comiendo alimentos poco saludables. Mencionó que este derecho si se promueve dentro del plantel, información que se contrapone con la observación realizada en la escuela secundaria donde se pudo identificar la venta y publicidad de alimentos ultraprocesados en la cooperativa y que los bebederos no funcionan.

El profesor entrevistado dijo no conocer ninguna información sobre el tema, salvo "el artículo, que dice que los jóvenes tienen derecho a la alimentación" (Mejía, entrevista, 2018). Afirmó que "la escuela da todo lo que puede, pero en sus casas los muchachos no" hacen lo propio. Así, por ejemplo, "la cooperativa les da todo lo estipulado, el gramaje estipulado en el reglamento, cierto gramaje de calorías, cierto tipo de alimentos pero los muchachos vienen mal desde la casa, aparte aquí meten su propio alimento chatarra". Es claro que conoce el patrón de consumo de los adolescentes pues informó que "los alimentos que más se

consumen dentro de la escuela son el yogurt, los tacos y botanias que venden dentro de la cooperativa". Dejando el mayor peso de la decisión de consumo en los aspectos individuales dijo que:

Los adolescentes deciden lo que comen por sus hormonas, las mujeres el chile y el dulce, los varones no, son otra cosa, ellos son más el agua, el refresco, las nieves, los tacos; pero las mujeres todo lo quieren condimentado con chile, sino no lo quieren.

Insistió en que los alumnos "tienen la información suficiente para saber elegir que comer, aquí hay programas del plato del buen comer y la jarra del buen beber, pero no lo toman en cuenta los muchachos". Por tanto, concluyó que "la normatividad está bien y se lleva a cabo, a veces la etiqueta engaña a quien lo consume", pero, en general, "se respeta" y "hay supervisión aquí de la cooperativa". Calificó de insuficientes las campañas para prevenir el consumo de comida chatarra:

Hay campañas de cómo prevenir el consumo de la comida chatarra, pero no es suficiente, los muchachos no lo toman en cuenta, al inicio sí pero después ya no, porque la comida sana no es del gusto de los muchachos y además una comida bien balanceada sí implica más dinero que luego no lo tienen los muchachos, además una alimentación chatarra para ellos es más rápido, agarrarla y comerla."

Además de los estudiantes, el profesor consideró que los padres también son responsables porque, "para que los chavos tengan una buena alimentación, hay que educar a los papás porque vienen con ese mal hábito desde las casas".

El trabajo desarrollado con los adolescentes de la Alcaldía Iztapalapa permitió identificar las circunstancias escolares, familiares y comunitarias que promueven la ingesta de alimentos ultraprocesados en el contexto mexicano. Entre estos destacan: la venta de alimentos y bebidas no permitidos; la falta de acceso a agua potable gratuita y de calidad; la menor presencia de venta de frutas y verduras; la publicidad de bebidas azucaradas dentro del plantel; y la venta de alimentos y bebidas ultraprocesados en la periferia de las escuelas.

La investigación nos permite poner en cuestión el funcionamiento de la regulación de expendio y distribución de alimentos y bebidas preparados y

procesados en escuelas, aunque se debe tomar en cuenta que, de acuerdo con una investigación realizada en 2016, el principal factor que influyen en el incumplimiento de la regulación es el desconocimiento por parte de las autoridades de los contenidos, la obligatoriedad y las sanciones estipuladas en la ley. A esto se suma la desinformación respecto de lo que significa una alimentación adecuada y los conocimientos limitados en relación con los derechos de niñas, niños y adolescentes a la alimentación (Alianza por la Salud Alimentaria, 2018: 5).

Asimismo, esta investigación destaca que la falta de recursos económicos destinados a las escuelas para mantenimiento y realización de acciones destinadas a la implementación de la regulación, y la ambigüedad de roles, responsabilidades y ausencia de una figura que active los procesos operativos de la norma, son factores que inciden directamente para que la venta de estos productos se siga realizando, pues es un sostén económico para la realización de labores de mantenimiento dentro de las escuelas (Ibidem).

Por el lado de los padres de familia y tutores, se ha encontrado por un lado la escasez de tiempo, o el desinterés para participar en la conformación de los Comités del Establecimiento de Consumo Escolar. Este contexto se refuerza al no tomar en cuenta al personal docente como figura clave para contribuir a la formación de hábitos saludables y al no involucrar a los estudiantes en la aplicación de la regulación (Ibidem).

Dentro de los factores sociales, culturales y familiares que influyen en la elección de los alimentos que consumen de manera cotidiana los adolescentes mexicanos se encuentran la información y conocimientos que las personas adolescentes y familiares tienen en relación a identificar alimentos saludables, así mismo, la capacidad de compra, el ingreso de los comensales y el precio de los alimentos son factores que determinan el consumo de alimentos (Papuccio de Vidal, 2011: 58).

Adicionalmente, el tipo de trabajo y las exigencias laborales son factores determinantes en el consumo de alimentos pues están estrechamente

relacionados con los horarios laborales, el traslado y el tiempo de elaboración de los alimentos, o la incorporación de la mujer al mercado laboral, entre otros factores que inciden en las conductas alimentarias. No obstante, la mayor participación de la mujer en el mercado laboral no es el trasfondo del problema; en realidad éste es la ruptura en la cadena de cuidados intrafamiliares y comunitarios y la pérdida del valor adquisitivo de las familias de la clase media.

Por otro lado, se culpa a las mujeres por una pretendida desatención de la cocina, sin tomar en cuenta que, al multiplicarse los roles, ellas se han visto en la necesidad de adoptar el consumo de alimentos ultraprocesados, ya que los hombres contribuido corresponsablemente en los trabajos domésticos.²¹ De acuerdo con Velázquez (2013), el hombre se establece como proveedor, la mujer se sigue haciendo cargo del cuidado del hogar y de los niños, de comprar los ingredientes necesarios y de la preparación de los alimentos, a pesar de formar parte activa del mercado laboral.

A nivel cultural, la integración de las mujeres al mercado laboral ha dejado secuelas en el cambio de los valores ligados a la comida, pero esto se debe a que no hay una corresponsabilidad en esta tarea y no es culpa de las mujeres. Un factor importante es la pérdida de significado y de conciencia sobre lo que implica cocinar para los seres queridos; esta actividad creativa y expresiva se transforma en un trabajo tedioso y cansado por el que la mujer no recibe remuneración ni reconocimiento social. Las madres trabajadoras reducen el tiempo de preparación de la comida apoyándose en alimentos ultraprocesados, muchas veces con la idea equivocada de que estos productos cuentan con una alta calidad nutritiva (Velázquez, 2013: 243).

Un estudio realizado por Mintz en 2003 señala que el tipo de empleo dicta a la gente cuándo puede comer, de cuánto tiempo dispone para hacerlo, dónde comer e incluso qué comer (Mintz, 2003 en Velázquez, 2013: 242). Por su parte Velázquez agrega que el tipo de trabajo que se desarrolla en la sociedad urbana

²¹ Muchas veces no se cuestiona que las mujeres salen a trabajar por necesidad y que desde la publicidad y los gobiernos se promueve un tipo de alimentación poco saludable (Papuccio de Vidal, 2011: 59).

influye en el tipo de alimentación que pueden consumir, sobre todo por el monto de ingresos.

Tampoco hay que olvidar que los factores culturales que inciden en el consumo de ciertos alimentos son los estereotipos alimentarios que existen de acuerdo al nivel socio económico de las personas. Por ejemplo, existe comida sana y orgánica, gordos pobres y ricos flacos; canastas clasistas que se comen en soledad o acompañados. El poder adquisitivo de individuos y familias determina la posibilidad de acceder a "comida de pobres" o "comida de ricos", las cuales cuentan con distintos circuitos de abastecimiento: existe un mercado para los pobres con empresas que producen alimentos con menos calidad a menor precio y con alto contenido energético (azucarado y salado); por otra parte, existe el mercado para ricos con empresas que producen alimentos de mayor calidad nutricional, más variados y que dan respuesta a requerimientos de salud, ambientales y de practicidad en su preparación y conservación (Papuccio de Vidal, 2011: 58).

También existen estereotipos en torno a las edades y al género, pues se ha creado la idea de que las mujeres se alimentan de manera distinta que los hombres porque ciertas comidas se asocian a la feminidad y otras a la masculinidad; lo cual muchas veces se relaciona con la manera en que la publicidad moldea las necesidades de las personas de acuerdo con lo que significa ser hombre o mujer en un momento determinado (Papuccio de Vidal, 2011: 58).

Estos factores sociales, culturales y familiares influyen en la elección de los alimentos que consumen de manera cotidiana los adolescentes de zonas urbanas. Por ejemplo, se ha logrado identificar cómo las ideas de modernización y el sistema económico actual, basado en el mercado, son determinantes en la cultura y dinámica familiar.

Finalmente, las grandes corporaciones de alimentos ultraprocesados se han aprovechado del contexto social: del rezago educativo, los empleos mal remunerados, las largas jornadas de trabajo y la desigualdad de derechos y

obligaciones a nivel familiar -que recaen en la mujer-, para posicionar sus productos, al igual que lo hacen las cadenas de comida rápida que mediante publicidad engañosa cautivan al comensal.

4.- Conclusiones y propuestas

Para conocer los factores sociales que inciden en el aumento de la prevalencia de obesidad en México, se analizaron los cambios en el patrón alimentario, determinados por factores económicos, sociales, culturales y políticos. En el caso mexicano, los patrones alimentarios se vieron fuertemente modificados con la invasión española que transformó la comida prehispánica al incluir nuevos elementos -como el azúcar y la carne de cerdo- que se conservan en la comida mexicana hasta nuestros días (considerada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2010).

En últimas décadas, los alimentos escaparon del control de los pequeños productores y las comunidades rurales. Ahora es el mercado capitalista el que define qué, cómo y para quienes se produce, y qué y quiénes comen determinados alimentos. Y esto ha derivado en el abandono del campo, el despojo de tierras, la migración, el cambio climático y la falta de accesibilidad de alimentos frescos y culturalmente apropiados. Ahora las grandes productoras de alimentos ultraprocesados -de la mano de políticas públicas que no benefician al productor y al consumidor de alimentos- se han apoderado de la cadena alimentaria y, con el uso de la publicidad engañosa, han hecho creer a los consumidores que "sentirse lleno" significa ejercer su derecho a la alimentación.

Estos cambios no sólo modificaron las formas de preparar alimentos, sino también la forma de producirlo, lo que tuvo un impacto ambiental: los alimentos comenzaron a ser mercantilizados a gran escala y esto conllevó el uso de agroquímicos y sustitutos químicos.

Los resultados de la presente investigación nos permiten identificar que la disminución en el consumo de alimentos ultraprocesados implica abandonar la idea de que las personas no saben elegir alimentos saludables, para pensar que la alimentación es un acto político en el que intervienen el poder de las grandes corporaciones que se han apropiado del sistema alimentario. Esto significa que las

personas, si se les proporciona la información adecuada y se toman en consideración las representaciones que tienen del consumo de alimentos, pueden elegirlos de manera correcta, además de exigir y producir alimentos saludables y culturalmente apropiados.

El trabajo de investigación desarrollado permitió explorar la representación social del consumo de alimentos que tiene un grupo de adolescentes de la alcaldía Iztapalapa, CDMX, a pesar de la poca flexibilidad y control que tuvieron los funcionarios a cargo para autorizar la investigación. Asimismo, la imposibilidad de realizar visitas domiciliarias para conocer el contexto familiar en que viven los adolescentes pudo solventarse con la investigación documental de los factores sociales que influyen en el consumo de ciertos alimentos y su representación social.

Es posible decir que la representación social de las personas adolescentes participantes del taller *¿Qué comemos?* en lo que respecta a los alimentos que consumen de manera cotidiana, es que los alimentos responden a la satisfacción del gusto, la saciedad y el costo. Esta situación se presenta muchas veces porque las grandes industrias han hecho creer a la población que importan menos los nutrientes obtenidos que la capacidad de saciar el hambre a bajo costo. Por ejemplo, el mensaje publicitario del chocolate *SNICKERS* se menciona: "No eres tú cuando tienes hambre, comete un *SNICKERS*", aludiendo a saciar el hambre.

También, se identificó que la información que sirve a los adolescentes para formarse sus representaciones sobre el consumo de alimentos proviene de los medios de comunicación promotores de publicidad engañosa al servicio de las empresas dedicadas a la elaboración de alimentos ultraprocesados. Estos mensajes han hecho creer a los adolescentes, desde su infancia, que ciertos alimentos son "saludables", además de que se ligan con momentos de convivencia familiar, o situaciones en las que hay necesidades afectivas o de cualquier índole insatisfechas, que se cubrirán con el consumo de tales productos.

Al respecto, el desconocimiento o desinformación sobre el producto que se consume, ante todo de los ingredientes de que está compuesto, son factores

determinantes para que las personas sigan prefiriendo alimentos ultraprocesados, a lo que se suma la adicción que generan insumos como la sal, el azúcar y las grasas, entre otros aditivos utilizados para cautivar el gusto.

Para revertir esta situación no basta con dar información de qué se debe comer y beber -tal como lo hacen los mensajes gubernamentales del "plato del buen comer" y de "la jarra del buen beber"- sino de construir un conocimiento holístico sobre el tema. Es aquí donde la labor del trabajador social, como agente de cambio puede desempeñar un papel en la reeducación de la población adolescente a través de estrategias socioeducativas y artístico culturales que le permitan la reflexión de lo que consume cada día.

A manera de conclusión, se puede decir que la representación social que tienen los adolescentes de los alimentos está configurada en distintos niveles de la realidad social, principalmente por la publicidad engañosa y la desvinculación en el conocimiento del origen y procesamiento de los alimentos, lo que influye en el consumo de alimentos ultraprocesados e impacta directamente en la salud, la economía social y la sustentabilidad ambiental. Igualmente, la representación social que tienen en relación a los productos que ellos denominan como "buenos" se debe a que las grandes industrias de alimentos ultraprocesados se han encargado de ofrecer satisfactores sociales como el lujo, el poder y la posición, dejando a un lado el factor nutricional.

En consecuencia, el contexto social, político, económico y ambiental debe ser considerado en una política pública dirigida a cambiar el sistema de producción alimentario, para que deje de ser horizontal y comience a ser circular, es decir autosustentable. Nuevamente, el trabajador social resulta indispensable para incidir en la formulación de estas políticas integradoras que involucren a los diferentes actores del ámbito de la educación, la salud, el bienestar social, la economía y la protección ambiental, principalmente.

Al respecto, una propuesta derivada de la presente investigación es que en las escuelas a nivel preescolar, primaria y secundaria y a nivel comunitario se puedan llevar a cabo estrategias socioeducativas y artístico culturales que permitan a la

población reflexionar en relación con lo que come de manera cotidiana. Las líneas a desarrollar en esta estrategia de incidencia comunitaria serían:

1. Apoyo a las familias y comunidades para la producción y distribución local de alimentos culturalmente apropiados.
2. Campañas de difusión de alimentos culturalmente apropiados, mayor o similar a la de alimentos ultraprocesados.
3. Huertos urbanos con fines educativos en parques y escuelas, dirigidos principalmente a niñas, niños y adolescentes.
4. Talleres de expresiones artísticas que aborden los temas sobre el origen, procesamiento, y componentes, de los alimentos.

Para el último punto, la experiencia del taller *¿Qué comemos?* puede ser aprovechada con algunas modificaciones, organizándolo en 10 sesiones de tres horas cada una y como a continuación se desglosa.

Ficha técnica del Taller: ¿Qué comemos?	
Sesión	Tema
1, 2	1.1 ¿Qué es la alimentación? 1.2 Alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados. 1.3 Alimentos de alto consumo cotidiano.
3,4,5,6 y 7	2.1 Origen de los alimentos de alto consumo cotidiano. 2.2. preparación de comida saludable con alimentos culturalmente apropiados 2.2 Lectura de etiquetas de los alimentos de alto consumo cotidiano.
8,9	3.1 Lectura de radiografías de alimentos. 3.2 Mapa de compra y suministro de alimentos
10,11	4.1 Impacto de la alimentación en la salud. 4.2 Impacto económico, social y cultural del sistema alimentario
12	5.1 Elaboración de acciones a ejecutar en la escuela, casa y comunidad.

Además, el taller contempla actividades artístico-culturales como las siguientes:

1. Cine debate de películas y documentales relacionados con la alimentación.
2. Círculos de lectura relacionados a la alimentación
3. Exposiciones fotográficas que retraten la alimentación actual y que fomenten la producción y consumo de alimentos culturalmente apropiados.
4. Obras de teatro que promuevan la variedad alimentaria del país y fomente el consumo de alimentos saludables.
5. Diversos rituales para la producción, recolección y consumo de alimentos.

Con la implementación de un taller de este tipo se busca contribuir a que las personas reflexionen sobre alimentación con el fin de mejorarla, ejerzan efectivamente su derecho a la alimentación, al agua, a la salud, al medio ambiente y a la información e incrementen su participación en la formulación, operación y evaluación de la política pública alimentaria.

Por último, los resultados y propuesta de esta investigación me llevaron a formular la siguiente hipótesis:

Los adolescentes forman sus representaciones sobre el consumo de alimentos a partir de la información proveniente de los medios de comunicación promotores de publicidad engañosa al servicio de las empresas dedicadas a la elaboración de alimentos ultraprocesados. Pero, si se les proporciona la información adecuada y se toman en consideración las representaciones que tienen del consumo de alimentos, podrán elegirlos de manera correcta, además de exigir y producir alimentos saludables y culturalmente apropiados.

Fuentes de consulta

- Arrollo, C. & Cabello, M. (julio 2013). La obesidad paradójica: construcción de una imagen corporal contradictoria. *Comunitania International Journal of Social Work and Social Sciences* (6), p. 97-119.
- Alianza por la salud alimentaria (2018). El ambiente escolar obesigénico en México: La necesidad de mejorar la regulación de la venta de alimentos y bebidas en escuelas recuperado de <https://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2018/08/d-escuelas-ambientes-obesogenicos-Investigacion-hoja-informativa.pdf>
- Alianza por la salud alimentaria (junio 2012). Manifiesto por la Salud Alimentaria recuperado de <https://alianzasalud.org.mx/wp-content/uploads/2012/10/manifiesto-por-la-salud-alimentaria-1.pdf>
- Alianza por la salud alimentaria (junio 2016). Cómo cautiva y seduce a los niños la industria de bebidas azucaradas. Estrategias de publicidad y promoción en México. México: alianza por la salud alimentaria.
- Alianza por la salud alimentaria (junio 2016). La influencia de la regulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la infancia en México recuperado de https://alianzasalud.org.mx/wp-content/uploads/2016/07/HOJA-INFORMATIVA_REGULACI%C3%93N-PUBLICIDAD-DIRIGIDA-A-INFANCIA.pdf
- Barros, C. & Buenrostro, M. (2016). *Tlacualero Alimentación y Cultura de Los Antiguos Mexicanos*. México: Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán.
- Bourges, H. (2013). El maíz: su importancia en la alimentación de la población mexicana. En Álvarez, E. & Piñeyro. *El maíz en peligro de los transgénicos* (pp. 231-246) México: UNAM, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- Cano, A. & Blanco, A. (1995). *La construcción de un patrón alimentario único (estudio sobre la Ciudad de México)*. Tesis para obtener el título de licenciada en sociología.

- Canales, M. (2006). *Metodologías de investigación social introducción a los oficios*. Santiago de Chile: LOM ediciones.
- Corona, L. (2011). Decidir, consumir y comer. En Good, C. & Corona, L. (Coor). *Comida, cultura y modernidad en México. Perspectivas antropológicas e históricas* (pp. 75-88) México: CONACY, ENAH, INAH, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Cruz, T. (2019). La salud alimentaria en niñas y niños en comunidades indígenas, una mirada holística desde Trabajo social. En González, M. (Coor.). *Nuestra cultura alimentaria del maíz, diversidad de saberes y prácticas* (pp.167-184) México: UNAM, ENTS.
- De Shutter, A. (1983). *Investigación participativa: una opción metodológica para la educación de adultos*. México: CREFAL.
- Diario Oficial de la Federación (2014). ACUERDO mediante el cual se establecen los lineamientos generales para el expendio y distribución de alimentos y bebidas preparados y procesados en las escuelas del Sistema Educativo Nacional. Recuperado de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5344984&fecha=16/05/2014
- Diario Oficial de la Federación (2014). LINEAMIENTOS por los que se dan a conocer los criterios nutrimentales y de publicidad que deberán observar los anunciantes de alimentos y bebidas no alcohólicas para publicitar sus productos en televisión abierta y restringida, así como en salas de exhibición cinematográfica, conforme a lo dispuesto en los artículos 22 Bis, 79, fracción X y 86, fracción VI, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad. Recuperado de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5340694&fecha=15/04/2014
- El poder del consumidor (26 abril 2017). México: Paraiso de la comida chatarra recuperado de <https://elpoderdelconsumidor.org/2007/04/mexico-paraiso-de-la-comida-chatarra/>

- El poder del consumidor (9 FEBRERO 2015). Radiografía de Yakult, producto lácteo fermentado (80 ml., 1/3 de vaso) recuperado de <https://elpoderdelconsumidor.org/2015/02/yakult-producto-lacteo-fermentado-80-ml-13-de-vaso/>
- El poder del consumidor (11 octubre 2012). Nace la Alianza por la Salud Alimentaria recuperado de <https://elpoderdelconsumidor.org/2012/10/nace-la-alianza-para-la-salud-alimentaria/>
- Giménez, G. (2018). La historia del gusto: La comida mexicana y la identidad nacional. *Seminario Culturas y Representaciones Sociales*. Seminario llevado a cabo en las instalaciones del Instituto de Investigaciones sociales de la UNAM, recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=8QSD-JXDG2M&list=PL9jXZrFM-BffxHNqxjJ9x0WXiuAEdmBR-&index=1>
- González, M. (2010). *Posibilidades socioambientales en una comunidad rurbana en la Ciudad de México*. Parres el Guarda, Tlalpan, Distrito Federal: UNAM-ENTS.
- González, M. (2019). Representaciones sociales sobre la cultura alimentaria del maíz y estrategias de intervención profesional. En González, M. (Coor.). *Nuestra cultura alimentaria del maíz, diversidad de saberes y prácticas* (pp.189-208) México: UNAM, ENTS.
- Gravante, T. (2018). La historia del gusto: La comida mexicana y la identidad nacional. *Seminario Culturas y Representaciones Sociales*. Seminario llevado a cabo en las instalaciones del Instituto de Investigaciones sociales de la UNAM, recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=8QSD-JXDG2M&list=PL9jXZrFM-BffxHNqxjJ9x0WXiuAEdmBR-&index=1>
- Grupo Cultural Noche Victoriosa (2017). *Memoria Gráfica del Pueblo de Ixtapalapa*. México: Impresora cometa.
- Holtz, D & Mena, J. (Ed) (2008). *Pasión en Ixtapalapa*. México: Océano.

- Ibáñez, T. (1988) (Coord.) Perfil Histórico del Concepto de Representación Social, *Ideologías de la vida cotidiana*, Barcelona: Sendai: 27- 79
- Instituto Mexicano del Seguro Social (2017). Tablas de valores de referencia, recuperado de <http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/calculaimc> el día 8/03/17
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016). Principales causas de mortalidad por residencia habitual, grupos de edad y sexo del fallecido recuperado de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/registros/vitales/mortalidad/tabulados/ConsultaMortalidad.asp>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016). Esperanza de vida, recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/esperanza.aspx?tema=P>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (s.f). Número de habitantes por delegación recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/Informacion/df/poblacion/>
- Leonard, A. (2010). *La historia de las cosas: de cómo nuestra obsesión por las cosas está destruyendo el planeta, nuestras comunidades y nuestra salud. Y una visión de cambio*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- López, H. (2018). El conocimiento sobre alimentación y sociedad con la investigación aplicada en México. *Seminario Culturas y Representaciones Sociales*. Seminario llevado a cabo en las instalaciones del Instituto de Investigaciones sociales de la UNAM, visto en <https://www.youtube.com/watch?v=1V8HmY9Qbow&list=PL9jXZrFM-BffxHNqxjJ9x0WXiuAEdmBR-&index=2>
- Jodelet, D (1984). La representación Social: Fenómeno, concepto y teoría. En Moscovici, S. *Psicología social II* (469-494) Barcelona: Paidós.
- Luiselli, Cassio (2017). *Agricultura y alimentación en México: Evolución, desempeño y perspectivas*. México: siglo XXI.

- Marielle, C.(2019). El maíz y la milpa, un proyecto civilizatorio en riesgo inminente por los transgénicos. En González, M. (Coord.). *Nuestra Cultura alimentaria del Maíz, diversidad de saberes y prácticas* (pp. 113-138.) México: ENTS-UNAM.
- Martínez, E (2014). La representación social de los pobres en el discurso de la ONU sobre el desarrollo sustentable. *Polis revista latinoamericana*, 38 (S/N), 1-18, páginas recuperado en <https://journals.openedition.org/polis/10227>
- Mercedes, S. (2002). *El Taller: estrategia educativa para el aprendizaje significativo TEAS*. Bogotá: Circulo de Lectura Alternativa (pp. 5761).
- Montero, M. (Coord.) (1994). *Construcción y crítica de la psicología social*, Barcelona, España: Editorial Anthropos.
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (2014). Estadísticas de la OCDE sobre salud 2014, México en comparación recuperado de <http://www.oecd.org/els/health-systems/Briefing-Note-MEXICO-2014-in-Spanish.pdf>
- Organización Mundial de la Salud (2016). Nota Descriptiva Número 311, Obesidad y Sobre peso, recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/> el día 5/02/17
- Organización Mundial de la Salud (2015). Boletín, Estudio: Epidemia de la obesidad y sobre peso vinculada al suministro de energía alimentaria, recuperado de <http://www.who.int/bulletin/releases/NFM0715/es/>
- Organización Mundial de la Salud (2017), Nota descriptiva Adolescentes: riesgos para la salud y soluciones, recuperado en <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs345/es/> el día 13/06/2017.
- Organización Mundial de la Salud (2010), Indicadores Sanitarios Mundiales, Estadísticas Sanitarias Mundiales, OMS, Francia, pag. 34-113
- Organización Mundial de la Salud (2011), informe sobre la situación mundial de las enfermedades no trasmisibles 2010, resumen de orientación. OMS, Ginebra (Suiza).

- Organización Mundial de la Salud (2016), 69 º Asamblea Mundial de Salud, informe de la comisión para acabar con la obesidad infantil.
- Organización Mundial de la Salud (2016), Informe de la comisión para acabar con la obesidad infantil.
- Organización Panamericana de la Salud (2015), Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas recuperado de http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/7698/9789275318645_esp.pdf
- Organización Panamericana de la Salud (2014), Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia, Washington, D.C.,USA
- Organización Panamericana de la Salud (2011). Recomendaciones de la consulta de expertos de la Organización Panamericana de la Salud sobre la promoción y publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños en la Región de las Américas recuperado de http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=18285
- Papuccio de Vidal, S. (2011). Cuando se juntan el hambre y las ganas de comer: acerca del significado de la comida, la cocina y sus implicaciones en la vida de las mujeres. En *Mujeres, Naturaleza y Soberanía Alimentaria*. (pp. 57-61).
- Perales, C. (octubre - diciembre 2006). Representaciones sociales del comer saludable: un estudio empírico en Colombia. *Universitas Psychologica*, vol. 5, núm. 3, pp. 613-626 recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64750315>
- Pérez, A. (2009). *Transformación y dinámica del patrón de consumo alimentario en la Ciudad de México frente a la globalización de mercados (1980-2007)*. Tesis para obtener el título de licenciada en geografía.
- Pilcher J. (2018). La historia del gusto: La comida mexicana y la identidad nacional. *Seminario Culturas y Representaciones Sociales*.

Seminario llevado a cabo en las instalaciones del Instituto de Investigaciones sociales de la UNAM, recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=8QSD-JXDG2M&list=PL9jXZrFM-BffxHNqxjJ9x0WXiuAEdmBR-&index=1>

– Ponce, J. (12 de Junio de 2018). Salud alimentaria, Crisis y alternativas. En González, M. (Coor). *Curso Cultura, alimentación ambiente y comunidad. ENTS-UNAM*

– Santos, A. (2014). *El patrón alimentario del libre comercio*. México: UNAM, Instituto de investigaciones económicas, CEPAL.

– Torres, F. (2001). Influencia de las grandes empresas en el patrón alimentario: Las Transnacionales. *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio*. México: UNAM/Instituto de Investigaciones Económicas.

– UAM & Iztapalapa (2012). *Patrimonio Arqueológico, Histórico, Intangible y Natural de la Delegación Iztapalapa*. México: Iztapalapa gobierno populas, Delegación Iztapalapa, UAM.

– UNESCO (2010). *La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva* recuperado de <https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400>

– Vargas, L. & Casillas, L. en Long, J. (Coor) (2003). *Conquista y comida. Consecuencias del encuentro de dos mundos*. 3^{ra}, México:UNAM.

– Voces de Cultura (Ed.) (s.f). *Historias e Imagen Iztapalapa*. México: Cámara de Diputados LXIII Legislatura, Cultura.

– Velázquez, Y. (2011). *La alimentación desde la visión urbana en la Ciudad en México. Perspectivas antropológicas e históricas* México: CONACY, ENAH, INAH, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Anexos

Anexo 1 Tablas de Índice de Masa Corporal

Tabla1. Tabla de índice de Masa Corporal recomendado para niños de cero a 11 meses de ambos sexos

EDAD (AÑOS)	RIESGO DE DESNUTRICIÓN		NORMAL		SOBREPESO		OBESIDAD	
	Niñas	Niños	Niñas	Niños	Niñas	Niños	Niñas	Niños
Al nacer	<2.8	<2.9	3.2	3.3	>3.7	>3.9	>4.2	>4.4
1 mes	<3.0	<3.8	4.2	4.0	>4.8	>5.1	>5.5	>5.8
2 meses	<4.5	<4.9	5.1	5.6	>5.8	>6.3	>6.8	>7.1
3 meses	<5.2	<5.7	5.8	6.4	>6.6	>7.2	>7.5	>8.0
4 meses	<5.7	<6.2	6.4	7.0	>7.3	>7.8	>8.2	>8.7
5 meses	<6.1	<6.7	6.9	7.5	>7.8	>8.4	>8.8	>9.3
6 meses	<6.5	<7.1	7.3	7.9	>8.2	>8.8	>9.3	>9.8
7 meses	<6.9	<7.4	7.6	8.3	>8.6	>9.2	>9.8	>10.3
8 meses	<7.0	<7.7	7.9	8.6	>9.0	>9.6	>10.2	>10.7
9 meses	<7.3	<8.0	8.2	8.9	>9.3	>9.9	>10.5	>11.0
10 meses	<7.5	<8.2	8.5	9.2	>9.6	>10.2	>10.8	>11.4
11 meses	<7.7	<8.4	8.7	9.4	>9.9	>10.5	>11.2	>11.7

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social (2017), Tablas de valores de referencia para niño de cero a 11 meses, recuperado en http://www.imss.gob.mx/sites/aliastaticos/salud/tablas_imc/ninos_1a11meses_imc.pdf el día 8/03/17

Tabla 1. Tabla de índice de Masa Corporal recomendado para niños de 1 a 4 años de ambos sexos

EDAD (AÑOS)	RIESGO DE DESNUTRICIÓN		NORMAL		SOBREPESO		OBESIDAD	
	Niños	Niñas	Niños	Niñas	Niños	Niñas	Niños	Niñas
1 año	<7.9	<8.6	8.9	9.6	>10.1	>10.8	>11.5	>12.0
1 año 6 meses	<8.1	<8.8	10.2	10.9	>11.6	>12.2	>13.2	>13.7
2 años	<10.2	<10.8	11.5	12.2	>13.0	>13.6	>14.8	>15.3
2 años 6 meses	<11.2	<11.8	12.7	13.3	>14.4	>15.0	>16.5	>16.9
3 años	<12.2	<12.7	13.9	14.3	>15.6	>16.2	>18.1	>18.3
3 años 6 meses	<13.1	<13.6	15.0	15.3	>17.2	>17.4	>19.8	>19.7
4 años	<14.0	<14.4	16.1	16.3	>18.5	>18.6	>21.5	>21.2
4 años 6 meses	<14.9	<15.2	17.2	17.3	>19.9	>19.8	>23.2	>22.7

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social (2017), Vigilancia y evaluación del estado nutricional de niños de 1 a 4 años, recuperado en http://www.imss.gob.mx/sites/@@/statics/salud/tablas_inm/ninos_1a4años_ime.pdf el día 8/03/17.

Tabla1. Tabla de índice de Masa Corporal recomendado para niños de 5 a 9 años de ambos sexos

EDAD (AÑOS)	RIESGO DE DESNUTRICIÓN		NORMAL		SOBREPESO		OBESIDAD	
	Niños	Niños	Niñas	Niños	Niñas	Niños	Niñas	Niños
Salvo 6 meses	≤12.7	≤13.0	15.2	15.3	≥16.9	≥16.7	≥19.0	≥18.4
6 años	≤12.7	≤13.0	15.3	15.3	≥17.0	≥16.8	≥19.2	≥18.5
6 años 6 meses	≤12.7	≤13.1	15.3	15.4	≥17.1	≥16.8	≥19.5	≥18.7
7 años	≤12.7	≤13.1	15.4	15.5	≥17.3	≥17.0	≥19.6	≥19.0
7 años 6 meses	≤12.8	≤13.2	15.5	15.6	≥17.5	≥17.2	≥20.1	≥19.3
8 años	≤12.9	≤13.3	15.7	15.7	≥17.7	≥17.4	≥20.6	≥19.7
8 años 6 meses	≤13.0	≤13.4	15.8	15.9	≥18.0	≥17.7	≥21.0	≥20.1
9 años	≤13.1	≤13.5	16.1	16.0	≥18.3	≥17.9	≥21.5	≥20.5
9 años 6 meses	≤13.3	≤13.6	16.3	16.2	≥18.7	≥18.2	≥22.0	≥20.9

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social (2017), Vigilancia y evaluación del estado nutricional de niños de 0 a 9 años, recuperado en http://www.imss.gob.mx/sites/estaticos/salud/tablas_informos_saludnico_imc.pdf día 8/03/17

Tabla1. Tabla de índice de Masa Corporal recomendado para adolescentes de ambos sexos

EDAD (AÑOS)	BAJO PESO		NORMAL		SOBREPESO		OBESIDAD	
	MUJE RES	HOMB RES	MUJE RES	HOMBR ES	MUJE RES	HOMBR ES	MUJE RES	HOMBR ES
10	13.5	13.7	16.6	16.4	18.0	18.5	22.6	21.4
11	13.9	14.1	17.2	16.9	19.0	19.2	23.7	22.5
12	14.4	14.5	18.0	17.5	20.0	19.9	25.0	23.6
13	14.9	14.9	18.8	18.2	21.0	20.8	26.2	24.8
14	15.4	15.5	19.6	19.0	22.7	21.8	27.3	25.9
15	15.9	16.0	20.2	19.8	23.5	22.7	28.2	27.0
16	16.2	16.5	20.7	20.5	24.1	23.5	28.9	27.9
17	16.4	16.8	21.0	21.1	24.5	24.3	29.3	28.6
18	16.4	17.3	21.3	21.7	24.8	24.9	29.5	28.2
19	16.5	17.8	21.4	22.2	25.0	25.4	29.7	29.7

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social (2017). Tablas de valores de referencia para adolescentes, recuperado en http://www.imss.gob.mx/sites/estadisticas-salud/temas_investigacion_imss/pdf/el_dia/503/17

Tabla1. Tabla de índice de Masa Corporal para la mujer y el hombre de 20 años y más

PESO	NORMAL		SOBREPESO		GRADOS DE OBESIDAD				
					I		II		III
BMC	18.5	24.9	25	29.9	30	34.9	35	39.9	≥40
ESTATURA	Mín	Máx	Mín	Máx	Mín	Máx	Mín	Máx	Igual o mayor de:
1.44	38.4	51.8	51.8	62.2	62.2	72.4	72.6	82.7	82.9
1.48	39.4	53.0	53.3	63.7	63.9	74.4	74.6	85.1	85.3
1.48	40.5	54.5	54.8	65.5	65.7	76.4	76.7	87.4	87.6
1.50	41.6	56.0	56.3	67.3	67.5	78.5	78.8	89.8	90.0
1.52	42.7	57.5	57.8	69.1	69.3	80.6	80.9	92.2	92.4
1.54	43.9	59.1	59.3	70.9	71.1	82.8	83.0	94.6	94.9
1.56	45.0	60.6	60.8	72.8	73.0	84.9	85.2	97.1	97.3
1.58	46.2	62.2	62.4	74.6	74.9	87.1	87.4	99.6	99.9
1.60	47.4	63.7	64.0	76.5	76.8	89.3	89.6	102.1	102.4
1.62	48.6	65.3	65.6	78.5	78.7	91.6	91.9	104	105.

							.9	.7	0
1.64	49.9	67.0	67.2	80.4	80.7	93.9	94.1	107.3	107.6
1.66	51.0	68.0	68.9	82.4	82.7	96.2	96.4	109.9	110.2
1.68	52.2	70.3	70.6	84.4	84.7	98.5	98.8	112.6	112.9
1.70	53.5	72.0	72.3	86.4	86.7	100.8	101.2	115.3	115.6
1.72	52.7	73.7	74.0	88.5	88.8	103.2	103.5	118.0	118.3
1.74	56.0	75.4	75.7	90.5	90.8	105.7	106.0	120.8	121.1
1.76	57.3	77.1	77.4	92.6	92.9	108.1	108.4	123.6	123.9
1.78	58.6	78.9	79.2	94.7	95.1	110.6	110.9	126.4	126.7
1.80	59.9	80.7	81.0	96.9	97.2	113.1	113.4	129.3	129.6
1.82	61.3	82.5	82.8	99.0	99.4	115.6	115.9	132.2	132.5
1.84	62.6	84.3	84.6	101.2	101.6	118.2	118.6	135.1	135.4

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social (2017), Tablas de índice de masa corporal, recuperado en http://www.imss.gob.mx/sites/estaticos/salud/tablas_imc/mujeres_imc.pdf
http://www.imss.gob.mx/sites/estaticos/salud/tablas_imc/hombres_imc.pdf
http://www.imss.gob.mx/sites/estaticos/salud/tablas_imc/admayor_imc.pdf el día 8/03/17

Anexo 2 Guía de entrevista a docentes



Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela Nacional de Trabajo social

Guía de entrevista a docentes



Objetivo: Explorar las representaciones sociales relacionadas con el consumo de alimentos que tienen los adolescentes de una secundaria de la alcaldía de Iztapalapa, CDMX, por medio del análisis del discurso de los profesores.

Preguntas

1. ¿Cuáles son los principales alimentos que consumen de manera cotidiana los adolescentes en la escuela?
2. ¿Cuáles son las razones que llevan a los adolescentes a consumir los alimentos que usted me señala?
3. De acuerdo a los alimentos que usted identifica en el consumo diario de los adolescentes, dígame ¿qué sentimientos y sensaciones considera que les genera este tipo de alimentos a los adolescentes?
4. Dígame, ¿para usted qué es el derecho a la alimentación?
5. ¿Considera que a los adolescentes se les garantiza el derecho a la alimentación dentro del plantel educativo?
6. ¿Qué opina sobre el consumo de alimentos que tienen los adolescentes dentro del plantel?
7. ¿Los adolescentes hacen una relación entre su estado de salud actual y futuro, y el consumo actual que tienen de alimentos?
8. ¿Considera que los adolescentes tienen la información para decidir el tipo de alimentos que consumen?
9. Usted ¿cómo identifica los alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados?
10. ¿Qué información tiene sobre la lectura del etiquetado nutricional de los alimentos? ¿Qué opina?
11. ¿Qué sabe sobre el aumento al impuesto a bebidas azucaradas y alimentos con alto contenido energético con escaso o nulo valor nutricional? ¿Qué opina?
12. ¿Usted conoce la ley de regulación de alimentos y bebidas que se venden en escuelas públicas y privadas de México? ¿Qué opina?

Anexo 3 Guía de observación



Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Trabajo social
Guía de observación



Fecha: __/__/__ Hora de inicio: __: __ Hora de término: __: __ Realizado por :
Ana Karen Molina Murive

Objetivo: identificar los alimentos disponibles y el consumo de alimentos que se dan dentro y fuera del plantel educativo por parte de los adolescentes y profesores del plantel, las relaciones que se dan a partir del consumo de alimentos, observar la infraestructura en la que se ofrecen los alimentos, cómo se presentan (bolsas, platos, botellas, etcétera) los alimentos que consumen la mayoría de los adolescentes y costos de los alimentos que mayormente se consumen.

Anexo 4. Carta descriptiva del taller: ¿Qué comemos?



Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Trabajo social



Objetivo: Explorar la representación social del consumo de alimentos que tienen de manera cotidiana un grupo de adolescentes de una secundaria de la alcaldía de Iztapalapa, CDMX, en su casa, escuela y comunidad, por medio del discurso de los adolescentes.

Objetivo	Actividad	Tiempo	Material
Presentación y bienvenida	<p>La facilitadora se presentará y señalará los objetivos del taller, pedirá a los asistentes que se presenten señalando el nombre por el cual les gusta que los llamen, un alimento y una bebida que les guste mucho, y un alimento y bebida que les desagrade, señalando el porqué.</p> <p>La facilitadora iniciará la actividad diciendo me llamo Karen y mi alimento favorito son los chiles en nogada y me gustan porque sólo se pueden elaborar en determinado tiempo debido a los ingredientes de temporada que tiene como es la nuez, la granada, la pera y el durazno que se dan principalmente en Puebla y que hacen que tenga un sabor muy rico. Una bebida que me gusta mucho es el agua de limón porque me refresca cuando hace mucho calor. Lo que no me gusta es el hígado de res por su sabor y el refresco porque el gas que tiene me inflama el</p>	15 minutos	Fichas de trabajo Plumones Seguros

	estómago.		
<p>Identificar los principales alimentos y bebidas que consumen los adolescentes en casa, en el receso, en calle y en fiestas</p> <p>Identificar las razones del consumo de alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados durante la adolescencia.</p>	<p>La facilitadora entregará a los estudiantes dos papeles bond donde realizarán un collage de los alimentos que comúnmente comen en casa, en el receso, en calle y en fiestas, y de alimentos que no consumen pero que les gustaría comer diariamente en la escuela y casa.</p> <p>Para ellos les dará un tiempo de 20 minutos, después la facilitadora pedirá a cada participante que comparta al grupo lo que anotó en el papel bond.</p> <p>Posteriormente la facilitadora fomentará la discusión en grupo con las siguientes preguntas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué alimentos comemos en común en casa, en el receso, en la calle y en las fiestas? 2. ¿Qué opino sobre los alimentos que consumo? 3. ¿Qué sentimientos y sensaciones me hacen sentir comer estos alimentos? 4. ¿Por qué consumimos esos alimentos en común? ¿Qué criterios utilizamos para elegir los alimentos que consumimos? 5. ¿Comemos lo mismo en casa, en el receso, en la calle y en las fiestas? 6. ¿Dónde adquirimos los alimentos que mayormente 	45 minutos	<p>Papel bond</p> <p>Plumones</p> <p>Cinta</p>

	<p>consumimos?</p> <p>7. ¿Qué alimentos en común nos gustaría consumir?</p> <p>8. ¿Por qué no podemos consumir los alimentos que deseamos?</p> <p>9. ¿Existe una relación entre alimentación y salud?</p>		
<p>Identificar la información que conocen los adolescentes sobre las etapas que anteceden el consumo de alimentos.</p>	<p>Las facilitadora entregará al azar dos figuras: una de un alimento sano (no procesado) y otro malsano (ultraprocesado), dos papel bond, pedirá que en cada uno de ellos dibujen o escriban todo el proceso de elaboración que ellos se imaginan que tuvo que pasar ese producto para que llegará a sus manos (describiendo cada uno de los productos, materiales, recursos, etcétera que se utilizan para su elaboración) Para cada dibujo se contará con un tiempo de 5 minutos, posteriormente los estudiantes expondrán sus dibujos.</p> <p>La facilitadora realizará las siguientes preguntas</p> <p>¿Qué producto les costó más trabajo imaginar? ¿De dónde proviene? ¿Cómo está elaborado? ¿Por qué?</p>	20 minutos	<p>Figuras de alimentos sanos</p> <p>Envolturas de alimentos ultraprocesados</p> <p>Papel bond</p> <p>Plumones</p> <p>Cinta</p>
<p>Analizar la información que tiene el adolescente sobre alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados.</p>	<p>La facilitadora dará a los estudiantes figuras y envolturas de alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados, y pedirá que los coloquen en uno de los rubros que se encuentran en el pizarrón. En la parte de arriba se colocarán alimentos sanos y del otro lado alimentos malsanos.</p>	30 minutos	<p>Figuras de alimentos sanos</p> <p>Envolturas de alimentos ultraprocesados</p>

<p>Analizar la información y opinión que tienen los adolescentes sobre la lectura del etiquetado nutricional de los alimentos.</p> <p>Analizar la información y opinión que tienen los adolescentes sobre bebidas azucaradas y alimentos con alto contenido energético con escaso o nulo valor nutricional.</p> <p>Analizar la información y opinión de los adolescentes sobre la ley para regular los alimentos y bebidas que se venden en escuelas públicas y privadas de México.</p>	<p>De lado izquierdo del pizarrón se pondrán alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados. Los estudiantes deberán poner las figuras de los alimentos proporcionados, tomando en cuenta si son ultraprocesados, procesados y no procesados, y si son sanos o malsanos. Cada estudiante deberá pasar al pizarrón pegar la figura y explicar porque la coloca en ese lugar. Con esta actividad la facilitadora identificará cómo los estudiantes identifican los alimentos no procesados, procesados y ultraprocesados, y si los consideran sanos o malsanos, y el uso o desuso de las etiquetas.</p> <p>Posteriormente, la facilitadora colocará un papel bond con las imágenes de algunos productos, de manera voluntaria deberán escribir el eslogan de algún producto.</p> <p>Al finalizar, la facilitadora preguntará ¿Qué saben de la lectura de etiquetas de alimentos? ¿Qué opinan?, y retomará la actividad para dar un ejemplo de la importancia de la lectura de etiquetas para saber si un alimento es ultraprocesado, y determinar si son ciertos o falsos los mensajes que nos dan en televisión, la facilitadora deberá señalar que todos los alimentos ultraprocesados son mal sanos.</p> <p>Se elegirá un producto engañoso para disminuir su consumo y sustituirlo por un producto sano.</p> <p>Al finalizar el análisis de etiquetas se realizarán las siguientes preguntas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué diferencias podemos encontrar entre alimentos 		<p>Papel bond</p> <p>Plumones</p> <p>Cinta</p> <p>Sal</p> <p>Azúcar</p> <p>Cuchara cafetera</p>
---	---	--	---

	<p>ultraprocesados y mal sanos?</p> <p>2. De acuerdo a la actividad del collage ¿Qué alimentos consumimos más?</p> <p>2.1 De todo un poco</p> <p>2.2 Mayoritariamente alimentos industrializados, ¿dónde los consumimos?</p> <p>2.3 Mayoritariamente alimentos sanos y nutritivos, ¿dónde los consumimos?</p> <p>3. ¿ahora qué pienso del etiquetado nutricional?</p> <p>4. Qué saben del impuesto a bebidas azucaradas y alimentos con alto contenido energético con escaso o nulo valor nutricional? ¿Qué opinó?</p> <p>5. Ya subió el refresco ¿ya no lo tomó?</p> <p>6. ¿Qué saben sobre la ley para regular los alimentos y bebidas que se venden en escuelas públicas y privadas de México? ¿qué opinó?</p>		
Identificar cómo perciben los adolescentes el derecho a la alimentación.	<p>Lluvia de ideas</p> <p>Los adolescentes deben escribir en una hoja de papel las palabras que relacionan con el derecho a la alimentación y explicar porque la pusieron.</p>	<p>30 minutos en total</p> <p>1 minuto para</p>	<p>Hojas recicladas</p> <p>Plumones</p>

	<p>Hablar del manifiesto por la salud alimentaria y manifiesto a la nación por un sistema alimentario justo y sustentable.</p> <p>Por ultimo pedirán a los adolescentes realizar un manifiesto que involucre acciones en la casa, escuela y comunidad para garantizar su derecho a la salud.</p>	<p>escribir la palabra</p> <p>2 para explicarla</p>	<p>Cinta</p> <p>Papel bond</p>
--	--	---	--------------------------------