



Bombardeo publicitario de comida chatarra: perspectivas infantiles plasmadas en arte.

Presentación Oral

Reflexiones onto-epistemológicas, ético-políticas, teórico-conceptuales y metodológicas sobre la investigación cualitativa en salud

Ana Emilia Vargas Arias¹, Alejandro Nicolás Toaquiza Onofa¹,
Paula Milena Sotomayor Celi¹, Odalys Heredia-Andino¹, José Andrés Ocaña Navas¹

(1) Instituto de salud pública (ISP), Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Avenida 12 de Octubre 1076, Quito 170143, Quito, Ecuador.

avargasa02@gmail.com

Introducción:

La publicidad -física o digital- de franquicias de comida rica en nutrientes críticos, es inherente a nuestra rutina diaria: nos vemos expuestos, sin distinción alguna, a un bombardeo que impulsa el consumo de alimentos ultraprocesados y de baja calidad. La mayoría de investigaciones cualitativas sobre esta temática se han cerrado a la experiencia de adolescentes y adultos. Sin embargo, son los niños y niñas que crecen rodeados de estos estímulos, quienes se encuentran en una posición especialmente vulnerable a moldear sus gustos y elecciones alimenticias hacia el consumo de aquello que parece “popular” o “llamativo”, y que afectará en su estilo de vida, salud y prevención de enfermedades crónicas. De esta manera, la exposición constante en la infancia a publicidad física y digital sobre comida poco saludable constituye un importante determinante social de salud actual y futura.

Objetivo del estudio:

Describir publicidad de alimentos a la que están expuestos los niños y niñas de 10 a 12 años en su entorno escolar, ambiente alimentario externo y ambiente alimentario digital.

Metodología:

Estudio cualitativo descriptivo empleando metodología basada en artes, con niños (n=15) de 10 a 12 años pertenecientes a una unidad educativa fiscal de Quito. La investigación se realizó mediante técnica participativa visual y de observación para obtener información sobre el entorno alimentario de niños y niñas. Se propuso -a los niños- tareas diarias que respondían preguntas relacionadas a su entorno alimentario, una de ellas buscaba que dibujen, pinten y/o recorten: “Los anuncios de comida o campañas sobre alimentación que hayas visto durante esa semana”; posteriormente se realizó un taller artístico grupal, donde crearon una cartografía alimentaria sobre su itinerario de un día completo. El presente trabajo hace uso de la técnica de análisis de documentos visuales, con enfoque en estas dos obras creadas (tarea en casa y cartografía) con el fin de identificar patrones gráficos y narrativos sobre percepciones, emociones y conductas relacionadas con la publicidad de comida. Finalmente, se empleó el Software Atlas. Ti (versión 8.4.22) para el análisis de las obras mencionadas.

Resultados:

Durante la investigación, se identificó una alta exposición de los niños a publicidad de alimentos ultraprocesados en distintos entornos. Algunos participantes mencionaron que en redes sociales como TikTok, YouTube y Facebook observaban frecuentemente anuncios de salchipapas, papas fritas y hamburguesas. Otros señalaron que en su trayecto a la escuela, observaban publicidad de cadenas de comida rápida como KFC o pizzerías. Todos los niños dibujaron marcas como McDonald’s y KFC, reflejando su familiaridad con estas franquicias. Un hallazgo relevante fue que la mayoría de los participantes no diferenciaba entre los tipos de alimentos promovidos, refiriéndose a todos como “comida”, sin distinguir opciones saludables y poco saludables.

Conclusión:

Las perspectivas infantiles revelan una internalización de mensajes publicitarios que refuerzan conductas de consumo no saludables, normalizando el acceso y deseo por comida poco saludable cotidianamente. Este hallazgo resalta la necesidad de políticas públicas que regulen la publicidad dirigida a la infancia en entornos escolares y digitales, así como estrategias educativas que fortalezcan el pensamiento crítico en niños.

Palabras Clave

(1) Publicidad de comida, (2) Metodología basada en artes, (3) Infancia, (4) Salud pública, (5) Nutrición.

Financiamiento:

Colansa, ganadores de la Primera Convocatoria para Propuestas de Investigación Transformación del Sistema Alimentario para Dietas más saludables en Niños y Adolescentes en la región de América Latina y el Caribe. PUCE, Universidad de Cuenca e Instituto de Investigación Nutricional.