

# Significados culturalmente construidos para el consumo de bebidas azucaradas entre escolares de la Ciudad de México

Florence Théodore,<sup>1</sup> Anabelle Bonvecchio,<sup>1</sup> Ilian Blanco,<sup>1</sup>  
Laura Irizarry,<sup>1</sup> Alma Nava<sup>2</sup> y Angela Carriedo<sup>1</sup>

**Forma de citar** Théodore F, Bonvecchio A, Blanco I, Irizarry L, Nava A, Carriedo A. Significados culturalmente construidos para el consumo de bebidas azucaradas entre escolares de la Ciudad de México. *Rev Panam Salud Publica*. 2011;30(4):327–34.

## RESUMEN

**Objetivo.** *Demostrar la importancia de los factores culturales que hoy motivan a los niños mexicanos a consumir bebidas azucaradas y examinar sus implicaciones para el diseño de programas de promoción de estilos de vida saludable.*

**Métodos.** *Estudio cualitativo fenomenológico. Se llevaron a cabo nueve entrevistas con pares y cuatro grupos de discusión con niños de entre 9 y 10 años de edad en cuatro escuelas públicas del sur de la Ciudad de México. Las entrevistas se realizaron con apoyo de nueve fotografías de bebidas disponibles en las escuelas y en los hogares. Se buscó identificar las reglas culinarias asociadas con el consumo de bebidas azucaradas y las diferentes valoraciones que hacen los niños acerca de las bebidas. Las entrevistas y los grupos de discusión se grabaron y transcribieron en su integridad. Se desarrollaron matrices de análisis en categorías temáticas identificadas durante el estudio. El análisis se basó en la “comparación continua” de los discursos de niños y niñas, y entre los alumnos de las cuatro escuelas.*

**Resultados.** *Dos principales elementos de índole sociocultural, construidos en un marco cultural determinado, explican en parte el actual patrón de consumo entre los niños. El primero, una casi inexistente conceptualización de los niños con respecto al consumo de agua, confinada a la realización de actividad física, contraria a la amplia gama de circunstancias y ocasiones que encontraron para el consumo de alguna bebida azucarada. Segundo, la identificación de tres principios que parecen estructurar el consumo de las bebidas —combinación de alimentos salados con bebidas dulces, rol protagónico de las bebidas azucaradas en eventos sociales y asociación estrecha del consumo de agua con la sed provocada por el esfuerzo físico.*

**Conclusiones.** *Los resultados ponen en evidencia la importancia de considerar el papel de los elementos socialmente significativos en las prácticas alimentarias y la necesidad de considerarlos también en el diseño de las intervenciones con escolares. Resalta asimismo la necesidad de transformar la concepción actual de los niños con respecto a lo que beben, guiándolos y estimulándolos para que identifiquen el agua como una bebida que se toma a lo largo del día y no exclusivamente después de un esfuerzo físico. Finalmente, es perentorio en México que se garantice el acceso libre al agua potable dentro de las escuelas y se regule la publicidad alimentaria dirigida a los niños.*

## Palabras clave

Obesidad; sobrepeso; salud del niño; preferencias alimentarias; consumo de líquidos; México.

<sup>1</sup> Instituto Nacional de Salud Pública de México, Centro de Investigación en Nutrición y Salud, Cuernavaca, México. La correspondencia se debe dirigir a Anabelle Bonvecchio. Correo electrónico: bonvecchio@insp.mx

<sup>2</sup> Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), Academia de Promoción de la Salud, DF, México.

El sobrepeso y la obesidad (SPyO) han alcanzado cifras alarmantes en todos los grupos de población de México (1). La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006 reveló que en las dos décadas anteriores la prevalencia de sobrepeso en

adultos se duplicó y la de obesidad triplicó a la de 1988, ambos incrementos sin precedentes a nivel mundial (2). El SPyO afecta también a los niños, entre quienes durante el período 1999–2006 se registró un preocupante aumento de casi ocho

puntos porcentuales en la prevalencia combinada de sobrepeso y obesidad, que pasó de 18,4% a 26,2% (3).

Las serias consecuencias del SPyO infantil a corto y largo plazo tanto a nivel individual como colectivo han sido ampliamente documentadas en la literatura, relacionando este problema con poca actividad física y alto consumo de alimentos ricos en grasas y azúcares por parte de este grupo de población (4–6). En este sentido, estudios recientes indican que el consumo regular de bebidas azucaradas —como los refrescos, los jugos industrializados y la leche con sabor añadido— está directamente asociado al SPyO (7–9).

México es uno de los países con mayor consumo de refrescos y aguas frescas<sup>3</sup> (10). Según los resultados de las encuestas nacionales de salud de 1999 a 2006, el número de hogares que consumen refrescos embotellados aumentó de 48% a 60% durante dicho período (11). Más aún, la Encuesta de Salud en Escolares 2008 colocó a los refrescos entre los cinco productos más consumidos en las escuelas primarias y secundarias públicas del país (12).

Por otro lado, los resultados de un estudio realizado por el Instituto Nacional de Salud Pública de México revelaron que, según lo declarado por los niños, solamente 28,1% de su consumo total de líquidos corresponde a agua<sup>4</sup> o infusiones sin cafeína ni azúcar, contra 44% correspondiente a bebidas de alto valor calórico tales como líquidos azucarados con y sin gas (refrescos), aguas de sabores, bebidas endulzadas con sabor a fruta y néctares (13). Si bien la falta de agua potable gratuita dentro de las escuelas constituye una importante barrera para su consumo, sería erróneo ignorar el rol de factores de índole cultural que también generan condiciones no propicias para el consumo de agua y favorables al de bebidas azucaradas y que emergen en el contexto de la “vida moderna” —caracterizada, entre otros, por la inserción de las mujeres en el mercado laboral y su consecuente reducción de tiempo para preparar alimentos y bebidas, y por una importante oferta y promoción de alimentos industrializados (14, 15).

Los objetivos del presente estudio son demostrar la importancia de los factores culturales que hoy motivan a los niños a consumir bebidas azucaradas y examinar sus implicaciones para el diseño de programas de promoción de estilos de vida saludable. Su realización fue aprobada por la Comisión de Ética del Instituto Nacional de Salud Pública de México. Los padres de todos los escolares participantes firmaron una carta de consentimiento informado.

Este trabajo se basa en los principios de la fenomenología, teoría social enfocada en el estudio de la cotidianidad, enfatizando el carácter construido de la realidad social a través de la comunicación y la interacción mediante el lenguaje hablado entre los individuos y que se transmite de generación en generación. Evidenciar las dimensiones sociales y culturales de la alimentación constituye una de las principales aportaciones de las ciencias sociales al conocimiento de las prácticas alimentarias y de los motivos que las impulsan (16, 17). El consumo de alimentos y bebidas no responde exclusivamente a las necesidades biológicas de energía y nutrientes, sino que también juega un rol en la consolidación de amistades, demostración de cariño y amor, y afirmación de una identidad cultural o etaria (18).

Además, el consumo de alimentos y bebidas está enmarcado en un conjunto de reglas y normas transmitidas, interiorizadas y por lo general conscientes, a las cuales Claude Fischler denomina “reglas culinarias” (19). Este grupo de preceptos establecen qué, cómo y cuándo comer, mediante la definición de una serie de elementos tales como horarios, orden, selección de los diferentes tiempos dentro de una comida y la combinación casi automática, por ejemplo, de ciertos alimentos con bebidas determinadas (por ej. queso y vino tinto en la cultura francesa). Por lo tanto, resulta importante conocer estas reglas para comprender mejor los factores que influyen en los criterios de selección culturalmente aceptables para alimentos y bebidas.

Al revisar la literatura existente sobre prácticas alimentarias en niños y adolescentes, enfocadas con una mirada socio-cultural, se identificaron tres principales tipos de estudios: i) los que buscan comprender las concepciones de la alimentación explorando la construcción del significado por el individuo (20, 21), ii) los que identifican la existencia de una contracultura entre los niños y adolescentes,

que se traduce en patrones de consumo que desafían la autoridad adulta y iii) los que analizan la función de la socialización de los alimentos y bebidas y la influencia de los pares y de los adultos sobre preferencias y consumo (20).

## MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó un estudio exploratorio y cualitativo entre septiembre de 2008 y noviembre de 2009, que forma parte de un proyecto de investigación formativa mayor, cuyos objetivos son diseñar, implementar y evaluar el impacto de una intervención para promover el consumo de agua en escuelas primarias públicas de la Ciudad de México (22).

### Selección de las escuelas

Se seleccionaron al azar cuatro de las 83 escuelas primarias públicas del sur de la ciudad que cumplieran con criterios de selección pre-determinados, incluidos turno matutino, nivel socioeconómico de acuerdo con los parámetros de la Secretaría de Educación Pública, ser beneficiaria del Programa Federal de Desayuno Escolar del Sistema de Desarrollo Integral de la Familia,<sup>5</sup> población escolar total mayor de 300 estudiantes y al menos dos aulas por grado. Estas escuelas se encuentran en zonas populares rodeadas de tiendas y puestos que venden bebidas azucaradas y alimentos industrializados.

### Muestra y recolección de datos

Los resultados del presente artículo se basan exclusivamente en los testimonios obtenidos de 53 niños (25 niñas y 28 niños) de 4to y 5to grados (cuadro 1). Su selección obedeció a la doble necesidad de contar con niños que tuvieran la capacidad de responder a las preguntas formuladas por los diversos instrumentos (del proyecto marco) de recolección de información y que hubieran cursado por lo menos dos años escolares consecutivos.

Se aplicaron nueve entrevistas semiestructuradas con parejas de niños del mismo grado escolar,<sup>6</sup> con apoyo de fo-

<sup>3</sup> Bebidas no alcohólicas a base de agua, fruta o granos y azúcar añadida para endulzar; en la mayoría de los casos no están preparadas con frutas frescas.

<sup>4</sup> Si bien en México se habla de agua “simple”, “natural” o “sencilla” para distinguirla de las aguas frescas, en este artículo el término agua se usa sin ningún calificativo.

<sup>5</sup> El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia tiene como misión “Conducir las políticas públicas de asistencia social que promuevan el desarrollo integral de la familia y la comunidad, combatan las causas y efectos de vulnerabilidad en coordinación con los sistemas estatales y municipales e instituciones públicas y privadas, con el fin de generar capital social”.

<sup>6</sup> Se procuró formar parejas de una niña y un niño.

**CUADRO 1. Número de entrevistas y de niños de cuatro escuelas primarias participantes en el estudio sobre significados culturalmente contruidos para la predilección de bebidas azucaradas y limitaciones en el consumo de agua por parte de los niños, Ciudad de México, 2008**

Escuela	Entrevistas con parejas		Grupos de discusión
	No.	Participantes	Participantes
A	2	2 niñas de 4to, 9 años 2 niños de 5to, 10 años	4 niñas y 6 niños
B	3	1 niña y 1 niño de 5to, 10 años 2 niñas de 4to, 9 años 2 niños de 5to, 10 años	4 niñas y 6 niños
C	2	1 niña y 1 niño de 5to, 10 y 9 años 2 niños de 4to, 9 años	3 niñas y 2 niños
D	2	1 niña y 1 niño de 4to, 9 años 2 niñas de 5to, 10 años	6 niñas y 4 niños
Total	9	9 niñas y 9 niños	17 niñas y 18 niños

Fuente: elaboración de los autores.

**CUADRO 2. Objetivos de los instrumentos de recolección de datos del estudio sobre significados culturalmente contruidos para la predilección de bebidas azucaradas y limitaciones en el consumo de agua por parte de los niños, Ciudad de México, 2008**

Instrumento	Objetivo	Información complementaria
Entrevista con parejas de niños	Recolectar información sobre consumo de bebidas dentro y fuera de la escuela; factores considerados al momento de escoger una bebida; funciones de las bebidas (p. ej. saborearlas o saciar la sed); beneficios y desventajas relacionados con el consumo de diferentes bebidas; preferencias; actitud hacia la publicidad de bebidas azucaradas; percepción del agua como bebida.	Organización de la entrevista en tres fases: i) aplicación de una dinámica con fotos de bebidas donde se pidió a los niños organizarlas según sus propios criterios, ii) exploración con los niños sobre las razones por las cuales clasificaron de esta manera las fotos y sobre los diferentes temas de las entrevistas iii) aplicación de una segunda dinámica con los niños donde se les pidió clasificar las fotos por orden decreciente de preferencia las fotos. Duración: 80 minutos.
Grupo de discusión	Indagar sobre las fuentes de abastecimiento de agua en su casa; explorar motivadores para aumentar el consumo de agua simple y disminuir el consumo de bebidas azucaradas; saber su opinión sobre diferentes maneras de garantizar la disponibilidad de agua en la escuela.	Duración: 120 minutos.

Fuente: elaboración de los autores.

tografías de productos y cuatro grupos de discusión (23). En el cuadro 2 se pueden ver los objetivos de cada uno de los instrumentos de recolección de datos. Tanto las guías para las entrevistas como para los grupos de discusión fueron previamente piloteadas con niños de características similares (edad, nivel escolar y estrato socioeconómico bajo). Para ambos instrumentos el muestreo fue teórico, restando así importancia al número de participantes en beneficio del potencial de cada uno para ayudar a comprender mejor el problema (24). En los dos

casos el número de participantes se definió a priori, tomando en cuenta las limitaciones de recursos económicos del estudio y la necesidad de generar datos en un tiempo limitado.

A todos los niños se les presentó el proyecto a grandes rasgos y se les invitó a participar. Se les especificó que dicha participación estaba condicionada a i) obtener la autorización de sus padres o tutores y ii) que no se rebasara el número de participantes preestablecido por el equipo. Durante las entrevistas se usaron nueve fotografías de las principales

bebidas<sup>7</sup> disponibles en las escuelas y en los hogares, identificadas gracias a los inventarios de alimentos y bebidas obtenidos del proyecto marco y de proyectos anteriores en escuelas con características similares (13, 25). Se pidió a los niños clasificar estas tarjetas según sus propios criterios con objeto de identificar significados y prácticas asociados con cada una de las nueve bebidas.<sup>8</sup>

### Análisis de los datos

Para efecto de su análisis, las entrevistas y los grupos de discusión se grabaron y transcribieron en su integridad. Se desarrollaron matrices de análisis para la organización de la información en categorías temáticas identificadas a priori y durante el proceso de diseño del protocolo.<sup>9</sup> El análisis se basó en la “comparación continua” de los discursos de niños y niñas, y entre los alumnos de las cuatro escuelas, de acuerdo con la propuesta de Glaser y Strauss (24).

### RESULTADOS

Con la finalidad de lograr una aproximación al significado de las bebidas que atraen a los escolares, se buscó identificar las reglas culinarias asociadas con esas bebidas y los diferentes modos en que los niños las valoran.

### Reglas culinarias asociadas al consumo de bebidas por los niños

El sistema de clasificación más común consistió en ordenar cada bebida según

<sup>7</sup> Estas imágenes son: i) tetra pack de una bebida azucarada industrializada de pulpa de fruta, la más ampliamente disponible en las escuelas, ii) vaso de jugo natural de naranja, iii) botella de refresco de naranja con gas, iv) botella de refresco de cola con gas, v) vaso de agua, vi) vaso de agua de Jamaica, vii) vaso de leche, viii) tetra pack de leche de chocolate y ix) botella de bebida deportiva sin gas.

<sup>8</sup> La dinámica fue detallada en la guía de entrevista como se puede leer a continuación: “Dar 5 minutos a los niños para que organicen las cartas como lo consideren adecuado. Se tomará nota de actitudes, argumentos, interacciones entre ellos para ponerse de acuerdo en esta dinámica. Después se pedirá a los niños responder a las siguientes preguntas [...]”.

<sup>9</sup> Las categorías incluyeron i) “Disponibilidad de bebidas dentro y fuera de la escuela”, ii) “Prácticas de consumo en los diferentes momentos del día” y iii) “Predisposición de los niños ante las bebidas”—codificando información relativa a sus gustos por las diferentes bebidas, la importancia que les atribuyen o las razones por las cuales las consumen o no. También se recogió información relativa a “barreras y oportunidades asociadas al consumo del agua y al consumo de las bebidas azucaradas”.

los momentos en que se consumían (p. ej. desayuno, almuerzo o cena). Si bien se pudo observar una mínima variación en cuanto a las bebidas relacionadas con cada uno de estos momentos, tal clasificación confirmó la presencia de reglas culinarias entre los niños participantes establecidas respecto al consumo de las bebidas (cuadro 3). Se observó, por ejemplo, que las horas del almuerzo y de la cena estaban asociadas al consumo de algún tipo de bebida dulce (refresco y/o agua de sabor). La leche en cambio no se asoció a la comida de mediodía. Hubo pocas circunstancias u ocasiones asociadas con el consumo de agua, cuyo consumo se relacionó principalmente con las clases de educación física o con las salidas al parque que realizan con los padres.

Tres principios parecieron sostener estas reglas culinarias en México. El primero se basa en la tradición mexicana de combinar alimentos salados con bebidas dulces, “más que nada para pasarse la comida” (entrevista con pareja mixta, 5to, escuela B), como lo comenta un niño en referencia a la bebida azucarada industrializada con pulpa de fruta que se vende a la hora del recreo y que los niños toman para acompañar sándwiches o tacos que compran en la escuela misma. De alguna manera, al combinar siempre las bebidas azucaradas con los alimentos salados es como si no se pensara que el agua pudiera cubrir la misma función. El segundo principio parte de la estrecha y casi exclusiva relación que existe entre consumo de agua y ejercicio físico (dentro o fuera de la escuela) que provoca sed:

N1:<sup>10</sup> “. . . siempre los miércoles mi papá me lleva al parque. . . ahí juego básquet”

F: “Juegas básquet y ¿qué tomas?”

N1: “Agua simple” (grupo de discusión, escuela A)

El tercer principio de las reglas culinarias en torno a las bebidas consumidas por los niños asocia la convivencia y las ocasiones especiales con el consumo de algún refresco, como se puede leer a continuación:

E: “¿No te dejan?” (a propósito del consumo de refresco)

N2: “No, solamente cuando vamos con mis tías y mis tías dicen, en unas fiestas, ¡órale, ya trajimos el re-

**CUADRO 3. Bebidas asociadas por los niños con la comida u otras ocasiones, según el estudio sobre significados culturalmente construidos para la predilección de bebidas azucaradas y limitaciones en el consumo de agua por parte de los niños, Ciudad de México, 2008**

Comida/ocasión	Bebida
Desayuno en casa	Leche natural o con sabor, jugo natural
Desayuno escolar	Leche natural o con sabor, jugo industrializado
Recreo	Bebida industrializada con pulpa de fruta (comprado en la escuela), agua simple (en algunos casos) o agua con sabor, refrescos con y sin gas
Al regreso de la escuela	Agua
Almuerzo en casa	Jugo industrializado, agua de sabor preparada con fruta o con polvo químico, refrescos
Clase de educación física en la escuela	Agua simple, bebida deportiva
Cena	Refresco, agua con sabor, leche
Al acostarse	Agua (en el caso de 2 niños solamente)
Después de cualquier tipo de ejercicio físico	Agua simple o bebida deportiva
Fiestas	Agua con sabor, refresco

*Fuente:* elaboración de los autores.

fresco! Y yo, ¡Ohh, ya al fin!” (entrevista con pareja mixta de 5to grado, escuela C)

No obstante, en algunas familias del estudio, el consumo de refresco es de consumo diario a la hora de la comida:

E: “¿En qué momentos acostumbran [tomar] refresco?”

N1: “Yo, en la comida”

E: “¿Y en tu caso, Tania?”

N2: “Igual, llegan a comprar coca, jarritos de tamarindo, este. . . de ese que se llama como fiesta [. . .] a la hora de la comida, a la hora de la cena” (entrevista con pareja de niñas, 4to grado, escuela A)

### Valoraciones de las bebidas por parte de los niños

El relato de los niños permitió identificar tres sistemas de valoración y apreciación de las diferentes bebidas. En el primer sistema, los niños agruparon las bebidas según el lugar de preparación, diferenciando las bebidas que consideran “hechas en casa” de las “no hechas en casa”. Parecieron valorar más a las bebidas caseras, tales como las aguas frescas, por ser percibidas como “naturales”, contraponiéndolas a las bebidas industrializadas, a las cuales describieron como compuestas de “químicos”, “gas” (en el caso de los refrescos) y “azúcar”.

Las bebidas que clasificaron como naturales fueron percibidas como buenas para la salud y hasta llegaron a considerarlas aptas para ser consumidas libremente. Se refirieron, más que nada, a que no eran producidas en una fábrica, sino

que eran sus propias madres quienes se encargaban de prepararlas. Cabe destacar que entre las bebidas identificadas como “caseras” y consideradas saludables se encontraron aquellas preparadas con sobres de polvo químicos de sabor de fruta. Por el contrario, las bebidas industrializadas no gozaron de la misma apreciación, sino que fueron percibidas principalmente como líquidos embotellados o envasados que pueden ser adquiridos en cualquier tienda.

Esta oposición entre bebidas consideradas “naturales” versus artificiales se basó en el segundo sistema de valoración, referido a los beneficios y los riesgos percibidos para la salud. Los niños percibieron el consumo de refresco como no saludable y lo asociaron con la “diabetes”, las “caries” y “ponerse activo” (“ponerse chango”), entre otros. El agua, el jugo natural, el agua de fruta (natural o de sobre), la bebida deportiva, la bebida azucarada con pulpa de fruta y leche (con y sin sabor) fueron consideradas por los niños como bebidas saludables. En cambio el gas (principalmente), los ingredientes artificiales y el azúcar fueron componentes asociados a las bebidas consideradas como no saludables. No así la fruta contenida en las bebidas (caseras o industrializadas), la cual para la mayoría de los niños representó una promesa de beneficio a la salud. No obstante, algunos niños cuestionaron la calidad de aquellas bebidas azucaradas industrializadas con pulpa de fruta que se venden en las escuelas, justamente por su alto contenido de azúcar:

N: “. . . viene bien y es sin azúcar y tiene un sabor bueno y no es tan. . .

<sup>10</sup> N: niña o niño; F: facilitador; E: entrevistadora.

tan dulce como ese y este te hace daño”

E: “¿El (bebida industrializada azucarada con pulpa de fruta) te hace daño? ¿Por qué razón?”

N2: “Porque contiene mucha azúcar y pues les hace daño a los niños”

N1: “Contiene mucha azúcar y les hace daño a los niños, pues precisamente por eso, como tiene mucha azúcar les puede lastimar algo porque comen mucha azúcar pues les gusta más el jugo industrializado que el natural” (entrevista con pareja de niñas, 5to grado, escuela C)

Se descuenta que los niños reciben parte de su información nutricional mediante el marketing de los propios productos. Así, a propósito de esta bebida azucarada industrializada de pulpa de fruta, se observó que la concepción de bebida “natural” por parte de los niños (aun cuando contiene alrededor de 5% de pulpa de fruta) coincidió con la estrategia publicitaria construida para crear la idea de que el producto es “natural”:

E: “Ah, ya. Y díganme, ¿creen que si uno toma mucho el (bebida industrializada que se vende en las escuelas) causará algún problema?”

N1: “¿Yo creo que no!”

N2: “No”

E: “¿Por qué no?”

N2: “Porque . . . casi esa fruta es natural. Bueno, todas las frutas son naturales, ninguna está así como . . . como hecha así con materiales, así con sustancias” (entrevista con pareja de niños, 4to grado, escuela C)

N2: “Bueno, es que aquí dice que es jugo de fruta natural” (entrevista con pareja mixta, 5to grado, escuela B)

De hecho, una cierta hegemonía del discurso del sector salud podría explicar la dificultad para encontrar información de los niños respecto a su preferencia *real* por determinadas bebidas, particularmente del refresco. Los niños minimizaron su preferencia y consumo de refrescos y destacaron su gusto por el agua, lo cual no se refleja en la práctica cotidiana. Por lo tanto, vale preguntarse: ¿qué tanto este discurso (y oposición entre lo “saludable” versus “no saludable”) sirve de referencia a los niños al momento de escoger una bebida? Parecería que los niños conocen el valor “socialmente aceptado” hacia el

consumo del agua como un agente de salud, mientras que saben que el discurso sanitario en torno al consumo del refresco no es bien aceptado.

Por otro lado, los niños reportaron que tanto sus maestros de grupo como los de educación física promovían el consumo de agua durante la jornada escolar y, en algunos casos, prohibían el consumo de bebidas azucaradas:

E: “¿Les deja la maestra que traigan su refresco?”

N1 y 2: “No”

E: “¿No les deja? ¿Qué les dice?”

N2: “Que no lo traigamos porque nada más, no nos deja crecer y nos van a salir caries, dice, y que mejor traigamos un agua o un jugo” (entrevista con pareja de niños, 5to grado, escuela A)

Según lo informado por los niños, este mismo discurso de los beneficios para la salud es retomado por parte de los docentes y del cuidador en el hogar (por lo general las madres), al proporcionar las bebidas que consideran saludables y limitar el consumo de los refrescos. No obstante, de acuerdo a las descripciones de la dinámica familiar expresadas por los niños, los esfuerzos de las madres son contrarrestados por terceros, como padres y abuelos, quienes los consienten o propician el consumo de refrescos en el hogar.

El tercer y último sistema de valoración de las bebidas las distingue por su nivel de agrado. Por lo general a los niños les gustan las bebidas dulces como refrescos o industrializadas con pulpa de fruta y rechazan el agua porque, como ellos mismos señalaron en las entrevistas, es poco atractiva y no tiene sabor. Dicha preferencia responde en parte a los efectos del marketing. Los niños encuestados dijeron tener conocimiento de las nuevas líneas de bebidas industrializadas principalmente a través de los comerciales en la televisión. Según ellos, estos anuncios hacen que, por ejemplo, cuando están en una tienda, se les “antoje de repente probarlos para ver si saben ricos”.

En resumen, los discursos están asociados a sistemas de valoración diferentes que se traducen en apreciaciones también diversas y a veces incluso opuestas respecto a una misma bebida. Así, los refrescos desacreditados por el sector salud se convierten en bebidas de predilección para los niños desde la

perspectiva del gusto, en tanto que el agua, promovida por el sector salud, no es popular entre los niños quienes limitan su consumo a una función puramente biológica: saciar la sed.

## DISCUSIÓN

¿Por qué los escolares consumen y prefieren principalmente las bebidas azucaradas? Tal fue la pregunta que motivó y orientó la realización de este estudio desde una mirada social y cultural.<sup>11</sup> En este sentido cabe destacar dos elementos principales de índole sociocultural en México que explican en parte el actual patrón de consumo entre los niños. En primer lugar se observó una casi inexistente conceptualización de los niños con respecto al consumo de agua, confinada a la realización de actividad física, contrario a la amplia gama de circunstancias y ocasiones que encontraron para el consumo de alguna bebida azucarada.

Tres principios parecen estructurar las reglas de consumo de las bebidas (combinación de alimentos salados con bebidas dulces, rol protagónico de las bebidas azucaradas en eventos sociales y asociación estrecha del consumo de agua con la sed provocada por el esfuerzo físico). Los dos primeros principios fomentan claramente el consumo de bebidas azucaradas, mientras que el tercero tiene limitaciones en su aplicación, dado que los niños de la Ciudad de México realizan poca actividad física moderada o rigurosa dentro y fuera de sus escuelas (28). Tal sedentarismo —con el creciente problema de obesidad que trae aparejado— responde parcialmente a la falta de infraestructura para practicar deportes o hacer ejercicio, los altos niveles de inseguridad que hay en los espacios abiertos y las numerosas horas que pasan los niños frente a la computadora o los videojuegos (29, 30). El estudio halló que, en relación con las comidas en general, hay reglas culinarias que favorecen el consumo de bebidas azucaradas y obstaculizan el consumo de agua (17, 19).

Con el antecedente de que para consumir una bebida o un alimento primero hay que “pensarlo”, es decir identificarlo como consumible según el contexto cultural y las circunstancias determinadas

<sup>11</sup> Si bien se ha demostrado que existe una predilección biológica de los mamíferos por los sabores dulces, cabe recordar que el azúcar se introdujo en la dieta humana de occidente progresivamente a partir siglo XII (26, 27).

por las reglas culinarias actuales, los niños no parecen estar en capacidad ni en condiciones de concebir un consumo constante y diversificado del agua como primera opción de bebida saludable sobre las azucaradas (19). Inversamente, sí están “formateados” para consumir bebidas azucaradas a lo largo del día. Por lo tanto, es importante transformar la concepción actual de los niños, de manera que consideren el agua como una bebida deseable a lo largo del día, combinable con alimentos dulces y salados, y no exclusivamente después de un esfuerzo físico.

En cuanto al segundo componente sociocultural que ayuda a explicar el actual patrón de consumo de estas bebidas entre los niños, el análisis de las apreciaciones que hicieron los escolares acerca de las nueve bebidas mostradas en fotografías durante las entrevistas permitió determinar distintos sistemas de valoración basados en diferenciaciones entre las bebidas i) “caseras” y “no caseras”, asimiladas a “naturales” y “químicas”, ii) “buenas” y “malas” para la salud y iii) “ricas, sabrosas” y “sin sabor”. Sin embargo, los niños eligen las bebidas (dulces por lo general) principalmente en función de sus gustos y preferencias de sabor y no a raíz de consideraciones relacionadas con su salud. Estos resultados coinciden con los hallazgos de un estudio realizado con niños de 7 y 8 años en Escocia, donde se concluye que cuando los niños gozan de libertad para seleccionar alimentos y bebidas, su elección no está dictada por atributos para su salud sino por sus preferencias gustativas (21). Ambos estudios demuestran entonces que la información sobre beneficios o daños a largo plazo no es suficiente para que los niños adopten una conducta de consumo definida como saludable.

Estos hallazgos muestran que, aun cuando las estrategias de comunicación exclusivamente informativas destacan los beneficios o los riesgos que entraña para la salud el consumo de determinadas bebidas por parte de los niños, es preciso complementarlas con programas educativos que incluyan, entre otros, componentes que preparen a los niños en “habilidades para la vida” —tales como la asertividad o la toma de decisión informada (31). Con el antecedente de que las preferencias no constituyen elecciones individuales, sino que están socialmente construidas, se las debe inscribir en un contexto social marcado además por la

exposición temprana y constante a las bebidas azucaradas (32). Así, la introducción a las bebidas azucaradas antes de los seis meses de edad, la posterior estimulación y exposición permanente de los escolares a estos productos —aunadas a la falta de acceso a agua potable— y la ausencia de regulaciones estrictas y debidamente fiscalizadas acerca del marketing dirigido a los niños acentúan su predisposición biológica y su preferencia por los sabores dulces (33, 34).

En este punto, el presente trabajo plantea la hipótesis de una transformación del entorno escolar mexicano y de sus prácticas alimentarias como primer paso para limitar el consumo de bebidas azucaradas y promover el de agua pura mediante intervenciones con enfoque de ciclo de vida basadas en el modelo ecológico —es decir comenzando desde edades muy tempranas y en los períodos clave a lo largo de la vida, y contemplando los factores que afectan la conducta de salud de los individuos en los diferentes niveles del modelo ecológico: individual o intrapersonal, interpersonal, organizacional, comunitario y de política pública (35, 36). Al transformar desde el entorno escolar las normas sociales y las concepciones que sostienen las prácticas de consumo de estas bebidas, se puede contribuir a la adopción de estilos de vida saludable que prevengan el sobrepeso y obesidad en la niñez y que, por ende, protejan la salud y el futuro de la comunidad.

Llama la atención esta búsqueda de alimentos y bebidas con sabores promocionados comercialmente por parte de los niños, fenómeno que se relaciona con la industrialización y la consecuente estandarización de los gustos. Por lo tanto, es perentorio educar el gusto de los niños e incluso el de sus padres (quienes seguramente también han formado sus gustos con productos de la industria agroalimentaria) de manera que puedan identificar la gama de sabores existentes que se obtienen mediante el uso de plantas comestibles y especias. Resulta asimismo primordial que las intervenciones consideren la educación de los niños para ayudarlos a desarrollar y diversificar su paleta gustativa, siguiendo ejemplos como el de Francia, donde se organizan talleres de degustación en las escuelas coordinados por chefs en el marco de la denominada “Semana del gusto”.

Volviendo ahora a las reglas, valoraciones y preferencias que influyen en los

hábitos alimentarios, ¿cómo se las puede modificar para contribuir a un cambio propositivo y socialmente útil? La respuesta podría consistir precisamente en aprender y aplicar estrategias similares a las de la propia industria de alimentos y bebidas, la cual en solo tres generaciones logró una transformación profunda de la dieta en las familias urbanas y rurales de México proponiendo nuevos productos que complementarían o sustituyeran a otros alimentos ya arraigados en la dieta (37). Este logro formidable se basó en estrategias de marketing altamente persuasivas que atribuyen significados socialmente valorizados a estos productos al asociarlos con “ideales” tales como el estatus, la modernidad y la felicidad.

En otros términos, para aumentar el consumo de agua como bebida no basta con facilitar su acceso y reducir la oferta de bebidas azucaradas (aunque sea una condición *sine qua non*), sino que además hay que crear significados positivos asociados a su consumo que estén en armonía con los valores e intereses de los niños. Del aprendizaje de las experiencias internacionales mencionadas en materia de intervenciones en escuelas para prevenir el SPyO, se reconoció la importancia de prever un entorno escolar que garantice el acceso a una dieta saludable así como a la práctica de actividad física (38). No obstante, este estudio reveló la relevancia de considerar el papel de los elementos socialmente significativos en las prácticas alimentarias y la necesidad de considerarlos también en el diseño de las intervenciones dentro del ámbito de la escuela.

Incluso cuando la dimensión sociocultural de la alimentación es importante, no debe olvidarse que los patrones de consumo emergen de un complejo proceso de interacción entre las dimensiones sociales, culturales, psicológicas y biológicas, de las cuales se sabe muy poco. Si bien se observa una tendencia de las diferentes disciplinas a trabajar las cuestiones de alimentación en las fronteras de su propio campo, es preciso además entender mejor cómo cada una de estas dimensiones contribuye a que se consuma lo que se consume (39).

En este sentido y entrando al terreno de las limitaciones observadas, cualquier trabajo que no contemple estas diferentes dimensiones —como es el caso del presente— producirá inevitablemente resultados parciales que deberán ser completa-

dos con estudios posteriores. Como ya se dijo, el diseño de intervenciones requiere de una mejor comprensión del hecho alimentario mismo, basada en acercamientos interdisciplinarios, es decir en un diálogo entre disciplinas que estudien de manera aislada los distintos aspectos de la alimentación, como por ejemplo la industria alimentaria y la nutrición (40).

De igual forma, y dado que el propósito inicial de este estudio era recolectar información necesaria para el diseño de una intervención en escuelas primarias públicas de la zona sur de la Ciudad de México frecuentadas por niños de clases sociales desfavorecidas, una segunda limitación consiste en no poder extrapolar sus resultados para intervenciones con niños de otros estratos sociales, otras partes del país ni —en particular— de las

zonas rurales. Dicho esto, sus hallazgos ponen en evidencia la importancia de considerar el papel de los elementos socialmente significativos en las prácticas alimentarias y la necesidad de considerarlos también en el diseño de las intervenciones con escolares. Asimismo, resaltan la necesidad de transformar la concepción actual de los niños con respecto a lo que beben, en particular guiarlos y estimularlos para que identifiquen el agua como una bebida que se toma a lo largo del día y no exclusivamente después de un esfuerzo físico, y educar sus gustos alimentarios para evitar que busquen exclusivamente sabores *marcados* como opciones de consumo entre las bebidas disponibles. Este cambio de concepción implica que sea acompañado por una transformación del ambiente

dentro del cual emergió. Finalmente, es perentorio que en México se garantice el acceso libre al agua potable dentro de las escuelas y se regule la publicidad alimentaria dirigida a los niños.

**Agradecimientos.** El presente estudio fue financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) de México y contó con el apoyo de CAMBIO (Canadá y México combatiendo la obesidad infantil), a su vez financiado por la Iniciativa de Investigación en Salud Global (GHRI, por sus siglas en inglés), una iniciativa conjunta de los Institutos Canadienses de Investigación en Salud, la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional, Salud Canadá, el Centro Internacional de Investigaciones y la Agencia de Salud Pública de Canadá.

## REFERENCIAS

- Rivera J, Irizarry L, González-de Cossío T. Overview of the nutritional status of the Mexican population in the last two decades. *Salud Pública Mex.* 2009;51(4 supl):S645–56.
- Olaiz-Fernández G, Rivera-Dommarco J, Shamah-Levy T, Rojas R, Villalpando-Hernández S, Hernández-Avila M, et al. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, 2006. Cuernavaca: Instituto Nacional de Salud Pública; 2006.
- Bonvecchio A, Safdie M, Monterrubio A, Gust T, Villalpando S. Overweight and obesity trends in Mexican children 2 to 18 years of age from 1988 to 2006. *Salud Publica Mex.* 2009;51(4 supl):586–94.
- Gavidia Catalán V. La escuela primaria como ámbito de oportunidad para prevenir el sobrepeso y la obesidad en los niños. *Rev Esp Salud Publica.* 2001;75:505–16.
- Reilly J, Methven E, McDowell ZC, Hacking B, Alexander D, Stewart L, et al. Health consequences of obesity. *Arch Dis Child.* 2003;88:748–52.
- World Health Organization. Joint WHO/FAO Expert Consultation on Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Disease 2002. Geneva: World Health Organization; 2003.
- Ludwig D, Peterson K, Gortmaker S. Relation between consumption of sugar-sweetened drinks and childhood obesity: a prospective, observational analysis. *Lancet.* 2001;357(9255):505–8.
- Malik V, Schulze M, Hu F. Intake of sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review. *Am J Clin Nutr.* 2006;84(2):274–88.
- Vartanian L, Schwartz M. Effects of Soft Drink Consumption on Nutrition and Health: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Am J Public Health.* 2007;97(4):667–75.
- Rivera JA, Munoz-Hernandez O, Rosas-Peralta M, Aguilar-Salinas CA, Popkin BM, Willett WC. Beverage consumption for a healthy life: recommendations for the Mexican population. *Salud Publica Mex.* 2008;50(2):173–95.
- Barquera S, Hernandez-Barrera L, Tolentino M, Espinosa J, Ng SW, Rivera J, et al. Energy intake from beverages is increasing among Mexican adolescents and adults. *J Nutr.* 2008;138(12):2454–61.
- Jiménez Aguilar A, Mendoza Ramírez J. Frecuencia de consumo de alimentos (presencia en la dieta). En: Shamah T, ed. Encuesta Nacional de Salud en Escolares Ciudad de México. México: Secretaría de Salud, Secretaría de Educación Pública, Instituto Nacional de Salud Pública, Fundación Río Arronte, Fundación Banamex; 2010. Pp. 163–7.
- Irizarry L. Asociación entre el patrón de consumo de bebidas y la obesidad y sobrepeso en niños mexicanos. Reporte interno. Ciudad de México: 2009.
- Anderson A, Kalnins L, Raphael D, McCall D. Partners for Health Schools, Communities and Young People Working Together; 1999. Disponible en: <http://www.cahperd.ca/eng/health/documents/PartnersForHealth.pdf> Acceso el 10 de junio de 2011.
- World Health Organization. Promoting health through schools. Report of a WHO Expert Committee on Comprehensive School Health Education and Promotion. Geneva: WHO; 1997.
- Berger P, Luckmann T. Construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu Editores; 1968.
- Contreras Hernández J, Arnaiz M. Alimentación y cultura. Perspectivas antropológicas. Barcelona: Editorial Ariel; 2005.
- Mintz S, Du Bois C. The anthropology of food and eating. *Annu Rev Anthropol.* 2002;31:99–119.
- Fischler C. El [h]omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo. Barcelona: Anagrama; 1995.
- Watt R, Sheiham A. Towards an understanding of young people's conceptualisation of food and eating. *Health Edu J.* 1997;56:340–9.
- Ross S. 'Do I really have to eat that?': a qualitative study of schoolchildren's food choices and preferences. *Health Edu J.* 1995;54:312–21.
- Kotler P, Lee N. *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good.* 3rd ed. Sage Publications; 2008.
- Taylor S, Bogdan R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Paidós; 1988.
- Glaser B, Strauss A. *The Discovery of Grounded Theory.* Aldine: Transaction; 1967.
- Théodore F, Bonvecchio A, Blanco I, Carreto Rivera Y. Representaciones sociales relacionadas con la alimentación escolar: el caso de las escuelas públicas de la Ciudad de México. *Salud Colect.* 2011;7(2).
- Birch L, Fisher J. Development of Eating Behaviors among Children and Adolescents. *Pediatrics.* 1998;101:539–49.
- Mintz S. Dulzura y poder. El lugar del azúcar en la historia moderna. México: Siglo XXI Editores; 1996.
- Jennings-Aburto N, Nava F, Bonvecchio A, Safdie M, González-Casanova I, Gust T, et al. La actividad física durante la jornada escolar en escuelas primarias públicas en la Ciudad de México. *Salud Publica Mex.* 2009;51(2):141–7.
- Jacoby E. The obesity epidemic in the Americas: making healthy choices the easiest choices. *Rev Panam Salud Publica.* 2004;15(4):278–84.
- Hernández B, Gortmaker SL, Colditz GA, Peterson KE, Laird NM, Parra-Cabrera S. Association of obesity with physical activity, television programs and other forms of video viewing among children in Mexico city. *Int J Obes Relat Metab Disord.* 1999;23(8):845–54.
- Pick S, Aguilar J, Rodríguez G. Planeando tu vida. Programa de educación sexual y para la

- vida dirigido a adolescentes. México, DF: Ariel Escolar; 1995.
32. Bourdieu P. La distinction; Critique sociale du jugement. Paris: Minuit; 1979.
  33. González-Cossío T, Moreno-Macías H, Rivera-Dommarco J, Villalpando S, Shamah-Levy T, Monterrubio E, et al. Breastfeeding practices in Mexico: Results from the Second National Nutrition Survey 1999. *Salud Publica Mex.* 2003;45(4):477-89.
  34. Calvillo A. Chabelo en la Cámara. *El universal*; 2010. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales/48229.html> Acceso el 18 de junio de 2011.
  35. McLeroy KR, Bibeau D, Steckler A, Glanz K. An ecological perspective on health promotion programs. *Health Educ Q.* 1988;15(4):351-77.
  36. Bronfenbrenner U. La ecología del desarrollo humano. Barcelona: Paidós; 1987.
  37. Aguilar Rodríguez S. La mesa está servida: comida y vida cotidiana en el México de mediados del siglo XX. *Revista de Historia Iberoamericana.* 2009;9(9):52-85.
  38. Peterson K, Fox M. Addressing the Epidemic of Childhood Obesity Through School-Based Interventions: What Has Been Done and Where Do We Go From Here? *J Law Med Ethics.* 2007;35:113-30.
  39. Oseguera Parra D. La comida: ¿lugar de encuentro entre disciplinas científicas? *Estudios sobre las culturas contemporáneas.* 2001;VII (13):141-51.
  40. Gusdorf G. Pasado, presente y futuro de la investigación interdisciplinaria. En: Apostel L, ed. *Interdiscipliniedad y ciencias humanas.* Madrid: UNESCO; 1983. Pp. 32-52.

Manuscrito recibido el 12 de septiembre de 2010. Aceptado para publicación, tras revisión, el 13 de mayo de 2011.

## ABSTRACT

### Culturally constructed meanings for consumption of sweetened beverages among schoolchildren in Mexico City

**Objective.** Demonstrate the importance of the cultural factors that currently motivate Mexican children to consume sweetened beverages and examine their implications for the design of programs for the promotion of healthy lifestyles.

**Methods.** A qualitative phenomenological study involving nine peer interviews and four discussion groups was conducted among children aged 9 and 10 years in four public schools in southern Mexico City. The interviews employed nine photographs of beverages that are available in schools and homes. The aim was to identify the culinary rules associated with the consumption of sweetened beverages and the different views held by the children about the beverages. The complete interviews and group discussions were recorded and transcribed. Matrixes were developed for analysis of the subject categories identified during the study. The analysis was based on "continuous comparison" of the statements made by boys and girls, and among students from the four schools.

**Results.** Two main sociocultural elements, constructed in a given cultural framework, partly explain the children's current consumption patterns. The first, the nearly nonexistent concept that water is for drinking, with water consumption being limited to engagement in physical activity, in contrast to the wide range of circumstances and occasions found for the consumption of a sweetened beverage. Secondly, the identification of three principles that appear to underlie beverage consumption: the combination of salty food with sweet drinks, the important role of sweetened beverages at social events, and the close association between water consumption and the thirst induced by physical effort.

**Conclusions.** The results show the importance of considering the role of socially significant elements in dietary practices and the need to also consider these elements when designing interventions for schoolchildren. It is also important to change the children's current views about what they drink, guiding and encouraging them to think of water as a drink to be consumed throughout the day and not only after physical activity. Finally, it is imperative in Mexico to guarantee free access to drinking water in schools and regulate food advertising that targets children.

## Key words

Obesity; overweight; child health; food preferences; drinking; Mexico.