

PERSPECTIVAS EN NUTRICIÓN HUMANA  
ISSN 0124-4108 Vol. 10 No. 1 Enero-Junio de 2008  
Universidad de Antioquia. Medellín. Colombia págs. 91-94

### **Teresita Alzate Yepes**

Magistra en Educación

Estudiante de Doctorado en Acciones Pedagógicas y Desarrollo Comunitario  
de la Universidad de Valencia, España

Profesora de la Escuela de Nutrición y Dietética de la Universidad de Antioquia

Los científicos en todos los campos, incluyendo a los del área de la salud, realizan profundas y serias investigaciones, de muy larga duración en muchos casos, pero su divulgación se hace en ámbitos muy cerrados, a través de medios muy restringidos y para audiencias muy especializadas.

Sin embargo, si el conocimiento científico es de utilidad general es necesario hacerlo llegar a los interesados, la población general. Llegar a los grupos más vulnerables a los problemas de salud implica el reto de poner este conocimiento, como el relacionado con los alimentos y la nutrición humana, en formatos asequibles a ellos. Pasar de los tochos y grandes volúmenes de prosa, tablas y gráficos, a un lenguaje audiovisual, es un gran reto, representa un enorme esfuerzo, pero a la vez tiene una garantía de impacto mayor.

Los videos, videoclips, documentales o las películas de gran formato, son estrategias de alto impacto emocional y de gran recordación, que precisamente por esas características se convierten en elementos muy útiles para incentivar la toma de conciencia de situaciones trascendentales para las personas y por ello puede incidir en la modificación sus actitudes y conductas.

La alimentación y en algunos casos ésta como arte, la gastronomía, han sido el eje de obras de cine muy valiosas, que recrean diversos ámbitos y contextos en los que los protagonistas pasan a un segundo plano frente al papel preponderante de la comida.

Hacer de las TIC (Tecnologías de la información y la Comunicación) un modo para lograr efectividad comunicativa en la formación de los profesionales de la salud

es un desafío que a su vez debe proyectarse hacia los usuarios, beneficiarios, pacientes o audiencias, con el fin de lograr los objetivos que contribuyan a mejorar su calidad de vida.

Con la película *Super Size Me*, se demuestra una vez más que “Una imagen vale más que mil palabras”.

## UN MAS QUE ES MENOS

Desde hace algunos años la estrategia más usada por los hipermercados, los almacenes de cadena y las grandes superficies, es la seducción del “Pague 2 y lleve 3”, “Un 25% más de contenido”, “2x1”, entre otras.

Los detergentes, el papel higiénico, los snacks, las bebidas gaseosas, y hasta el vestuario, son los productos más usados como cebo para atraer a miles de compradores.

Pues bien, este tipo de estrategia no tiene nada de malo, por el contrario, puede representar un buen ahorro de dinero cuando de artículos, diferentes a alimentos, se trata, pues el lema de conseguir más por menos se ha logrado incorporar muy bien en las mentes de los consumidores y principalmente en las de los jóvenes para la llamada “comida basura o comida chatarra”, pero ha llegado a seducir también a los adultos y amas de casa, con eso del añadido o ñapa: “Un pan tajado + un ponqué; unas galletas + corazones de chocolate”, “Un kilo de queso + un pote de arequipe”.

Generalmente los productos que se obsequian son ricos en sabor y en calorías. Es una verdadera estrategia de marketing, para alimentos que llegan al paladar de un niño o un joven y so pretexto de que es gratis, quedan enganchados desde el paladar, a la textura, el aroma o el sabor y desde su cerebro, al empaque, su forma, color distintivo, esto es, a una marca.

Amén de los productos como tal, la vista del transeúnte entre anaqueles o dispensadores, es atrapada, nada ingenuamente, por un distintivo de

oferta, promoción u obsequio, un regalo en producto, bono o sucedáneo.

La disposición de los paquetes no pasa desapercibida, están a golpe de vista, nunca muy arriba ni muy abajo, para que sin ningún esfuerzo, casi que de improviso, como quien se gana una lotería y se siente afortunado de coincidir con ese regalo, lo tome fácilmente; están dispuestos además para que no se requiera de mucho tiempo, simplemente se tome uno y se salga sin pensar si se necesita o si conviene, si su composición es adecuada, y como en el caso de los alimentos... si es saludable.

Por cierto, ese anzuelo del “más”, de los envases con mucho contenido, de las botellas gigantes para los refrescos, de las hamburguesas de cuatro pisos, con posibilidad de variedad de salsas en cualquier cantidad, es el protagonista de una historia científicamente contada en 2004, importante obra del periodismo investigativo norteamericano, en cabeza de Morgan Spurlock, quien cumple el papel de productor, director y actor principal.

Spurlock hizo un trabajo de campo preliminar y entrevistó a expertos de 20 ciudades de Estados Unidos, profesores de gimnasia, responsables de salud pública, cocineros, gobernantes, legisladores, investigadores, quienes dieron sus opiniones y expresaron sus conocimientos respecto al fenómeno del descontrolado aumento del peso promedio de los habitantes, niños y adultos estadounidenses.

La idea del documental autobiográfico surge a partir de una demanda judicial de dos niñas que argumentaron haberse convertido en obesas como resultado de haber consumido alimentos de la multinacional McDonald's de manera frecuente, sumado al peligroso incremento de los índices de sobrepeso y obesidad en Estados Unidos, por lo que Spurlock decidió ponerse a prueba y comprobar en carne propia la veracidad de tal argumento, probó los efectos de la comida rápida en el cuerpo humano,

consumiéndola de manera exclusiva por 30 días consecutivos.

El documental es bastante cercano a la cotidianidad de los jóvenes neoyorquinos, espontáneo y crudo para muchos, en las escenas más difíciles de respuesta personal a la sobrecarga alimentaria. Presenta una serie de entrevistas explicativas con personal sanitario que va ilustrando el proceso por el que pasa Morgan y las consecuencias de los cambios que va sufriendo. También se incluyen conversaciones con ejecutivos de la publicidad y el marketing, además de algunas con jóvenes y adolescentes del país que ilustran claramente su idiosincrasia en ese momento histórico. Es muy significativo que cuando Morgan les muestra niños y niñas algunas fotos de personajes y comprueba que para ninguno es desconocida la de McDonald's, pero sí confunden al presidente norteamericano con Jesucristo, no reconociendo, por lo tanto, a ninguno de los dos.

Antes de comenzar el experimento Spurlock comía una dieta variada, él era sano y de peso normal, 84 kilogramos para 1,88 metros de estatura y que gran parte de su tiempo lo compartía con su novia, que por cierto, era vegetariana y crítica acérrima de la comida basura.

La película *Súper Size Me*, documenta los efectos que tuvo en Morgan el seguir una dieta exclusiva en McDonald's durante los 30 días, evidentes en la salud física y psicológica a partir de un seguimiento frecuente de sus condiciones por parte de varios especialistas, médico, cardiólogo, gastroenterólogo, además de un nutricionista y un entrenador personal.

Con el cambio de alimentación cambió también el estilo de vida de Spurlock, para hacerlo lo más cercano posible al del habitante promedio de New York. El ejercicio físico, que antes era cotidiano, se hizo menos frecuente, lo que hizo más riesgoso su cambio en el estado nutricional.

Morgan se alimentó las tres veces al día en McDonald's, el negocio de comida rápida, consumiendo sus productos y tratando de probarlos todos para hacer menos rutinaria la tarea. Cuando le ofrecían el tamaño "*Super size*", Spurlock debía aceptarlo aunque le llevara cerca de una hora el comerlo, y ante la evidencia de que el tamaño inicial de su estómago era incapaz de recibir cantidades exageradas, terminó vomitando en varias ocasiones, y al quinto día ya había ganado 10 libras de peso. A la vez que empezó a aumentar el peso de nuestro protagonista, empezó a diezmar su estado anímico, y los episodios de depresión, letargo y dolor de cabeza se hicieron más y más frecuentes, hasta el punto de que uno de los médicos lo describió como "adicto".

Debido al consumo de fritos, grasas, salsas y alimentos ricos en sal y azúcar, aumentaron los niveles de lípidos y sodio en sangre, y paulatinamente el estado de salud de Morgan se fue deteriorando hasta el punto de que sus propios especialistas tutelares le aconsejaron suspender el experimento, sin embargo decidió llegar hasta el final a expensas de un mayor deterioro de su organismo. Sobrepeso de once kilogramos, apatía, inapetencia sexual, inflamación del hígado y vómitos fueron evidencias del mismo.

Spurlock logra su objetivo al resistir el tiempo total del experimento y consigue demostrar, de manera muy amigable y clara el abuso de la comida rápida o basura, característica de la vida cotidiana, parte de la identidad cultural estadounidense.

La película es un documental comprometido, deja muchas reflexiones y puntos de discusión, algunos diáfanos y otros polémicos que merece la pena profundizar. Existe un antes y un después dentro de la trama, una transformación tanto física como de mentalidad respecto al "estilo de vida americano" para los propios ciudadanos y para los de países que siguen peligrosamente sus hábitos, además de dejar en evidencia los intereses económicos,

prioritarios frente a la salud de la población, como verdades que se esconden detrás de este jugoso negocio.

Finalmente, vale la pena retomar el peligro de la moda del “más por menos”, de las grandes empresas proveedoras de alimentos, las cadenas de comida basura, que representa la abundancia tanto en cantidad como en palatabilidad, a bajos costos relativos, que significa en muchos casos, el enganche a hábitos de consumo nada saludables, la sobrealimentación en tanto cantidad, pero también la exposición a la malnutrición por la calidad, pues

la utilización excesiva de harinas, azúcares, grasas e ingredientes de mala o baja calidad, que son enmascarados por aditivos –algunas veces, también adictivos– tales como saborizantes, estabilizantes, colorantes, espesantes, conservantes, entre otros, que le dan a la preparación, sabor delicioso, textura exquisita, olor provocativo y color irresistible, que tienen efectos tan negativos para la salud de los consumidores, pero que reportan enormes dividendos económicos a estos pulpos industriales, que bien vale la pena comer menos, aunque en forma relativa se pague un poco más, porque la salud, bien lo vale.