El País - Suplemento El País Semanal
Fecha: domingo, 21 de julio de 2024
Fecha Publicación: domingo, 21 de julio de 2024
Página: 72, 73
Nº documentos: 2

Recorte en color % de ocupación: 108,87 Valor: 56940,73€ Periodicidad: Semanal Tirada: 156.437 Audiencia: 633.000 Difusión: 113.902

Blanco y en botella. Sumidos en la ignorancia sobre el origen de los alimentos que comen y bombardeados por anuncios de procesados, educar a los niños en nutrición es una asignatura pendiente.

POR ANDONI LUIS ADURIZ

Lo ideal sería sentar desde el principio las bases de una alimentación sana.

LOS DATOS DE una encuesta realizada por un centro de innovación de Estados Unidos en 2017 revelaban que 16,4 millones de estadounidenses, alrededor del 7% de la población, creían que la leche con chocolate procedía de las vacas marrones. Es una noticia sorprendente, desde luego, como esa otra que venía a decir que uno de cada cinco consumidores desconocía que las hamburguesas se producían con carne de vacuno. Tampoco se quedan atrás las cifras de un estudio llevado a cabo por psicólogos de la Universidad de Furman, en Carolina del Sur, que destapaban que casi la mitad de los niños de entre cuatro y siete años a los que se preguntó opinaban que el beicon provenía de las plantas y que las patatas fritas eran de origen animal. Ese mismo estudio, publicado en *Journal of Environmental Psychology*, evidenciaba que el 65% de los menores creían que las vacas, los cerdos y los pollos no eran comestibles, mientras un 5% opinaba que los gatos sí lo eran, algo que por otro lado no deja de ser cierto en algunas partes del mundo.

El grado de desconocimiento en los países más industrializados sobre el origen de los alimentos es tan considerable que hay pequeños que afirman que el pan, el vino o los macarrones se obtienen de los animales, en tanto que otros asumen que el queso se procesa a partir de plantas. Lo interesante del asunto es que ya hay una empresa que elabora queso vegetal a partir de proteínas de leche producidas en soja editada genéticamente. Más allá de la controversia que suscitan la alteración de genes, la industrialización de los alimentos, las demandas y sentencias por el uso de términos lecheros en productos confeccionados sin leche o la creciente confusión de los consumidores frente a tanta nueva nomenclatura e innovación, se encuentra el aliciente que motivó la idea para el desarrollo de este producto, que no es otro, en palabras de su promotora, que no renunciar a ese bocado de queso en una pizza o en un sándwich a la parrilla; o lo que es lo mismo, no prescindir del favor de la comida altamente procesada en versión vegana. Aun cuando relativicemos el alcance y peso de los sondeos, es evidente que ilustran un panorama repleto de incógnitas.

Según un estudio elaborado por la Fundación Española de la Nutrición, muchos niños españoles consumen más del 50% de las calorías diarias a través de productos indus-

Fotografía de Gregg Segal (Gallery Stock)

El País - Suplemento El País Semanal
Fecha: domingo, 21 de julio de 2024
Fecha Publicación: domingo, 21 de julio de 2024
Página: 72, 73
Nº documentos: 2

Recorte en color % de ocupación: 108,87 Valor: 56940,73€ Periodicidad: Semanal Tirada: 156.437 Audiencia: 633.000 Difusión: 113.902

triales, lo que revela una evidencia inquietante teniendo en cuenta que pasan un promedio de 2 horas y 38 minutos al día frente al televisor. Durante ese tiempo, se estima que son abordados por alrededor de 12 minutos de publicidad por hora, lo que viene a suponer entre 90 y 95 anuncios publicitarios al cabo del día, o lo que es lo mismo, alrededor de 33.000 *spots* anuales, de los cuales un número importante son de productos y bebidas poco sanos que irrumpen desde la orilla del deseo.

Por ello resultaría crucial sentar desde el inicio unas conductas apropiadas frente a lo que se come, teniendo en cuenta que las pautas alimentarias poco saludables se relacionan con un mayor predominio de afecciones en la edad adulta. Reparando en que a los pequeños les atrae explorar, conocer, tocar todo lo que esté a su alcance sirviéndose de sus cuerpos y los sentidos para descubrir el mundo, sería beneficioso enhebrar en la jerarquía de sus vivencias visitas a huertos y granjas, paseos y rutas por el campo para recoger hierbas o frutos silvestres, que, además de despertar sus emociones, contribuiría a formarlos. También ayudaría aprender el funcionamiento de las cosas, averiguar qué se come en otras latitudes del planeta o cómo se elabora una receta. Recorrer los mercados de las ciudades que se visitan en busca de productos e incrementar las ocasiones en las que comer juntos en familia proveería de argumentos y conocimientos básicos sobre alimentación y nutrición a estos adultos del mañana. Los niños son el futuro. Podemos ser cómplices de su desdicha hipercalórica o llenar audazmente sus miradas de curiosidad y su dieta de colores, placer y cultura. Blanco y en botella. **—EPS**

Fotografía de Óscar Oliva