

Hábitos alimenticios escolares: Percepción desde el punto de vista infantil

Autor: Valero Vicente, Alfonso (Mestro. Especialidad en Educación Física, Maestro de Educación Física en Primaria).

Público: Educación Primaria e Infantil. **Materia:** Educación Física y Ciencias Naturales. **Idioma:** Español.

Título: Hábitos alimenticios escolares: Percepción desde el punto de vista infantil.

Resumen

La obesidad infantil es un grave problema de salud presente en todas las escuelas actualmente. Los malos hábitos alimenticios, unidos al sedentarismo por parte de los menores hacen que la obesidad esté alcanzando valores muy preocupantes. Para poder combatirla, será necesario conocer a fondo aspectos tan relevantes como la importancia del desayuno o la publicidad alimenticia, así como el papel de la escuela como espacio preventivo, vistos todos ellos desde los ojos de los menores.

Palabras clave: obesidad, educación primaria, sedentarismo, hábitos de alimentación.

Title: School eating habits: Perception from the child's point of view.

Abstract

Childhood obesity is a serious health problem that currently exists in all the schools. Poor eating habits and physical inactivity in children have made obesity reach worrying levels. In order to fight it, it is necessary to know important aspects as the importance of breakfast or food advertising, as well as the role of the school as a preventive space, to see all of them from the eyes of the minors.

Keywords: obesity, primary education, physical inactivity, eating habits.

Recibido 2018-05-07; Aceptado 2018-05-10; Publicado 2018-06-25; Código PD: 096033

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

La alimentación en el día a día de los niños es un acto que mezcla componente fisiológico y social. Como actividad básica para nuestro organismo, los más jóvenes ya tienen la noción de la comida como elemento fundamental para la existencia, pero priman por encima componentes como el sabor o el aspecto más que la calidad nutricional de la misma.

A su vez, el componente social destaca por encima tanto en el hogar como en el colegio, estableciendo una serie de normas nacidas de la repetición del propio acto de comer para definir las como cotidianas (Contreras, 1995). Forman parte de la sociedad al completo, naciendo primero en el ámbito familiar a medida que crece el niño y extendiéndose a continuación al ámbito escolar. No es necesario encontrar un contexto específico donde se den las mismas condiciones de las comidas familiares, como podría ser un comedor escolar habitual, lo importante es el orden social que se mantiene en la alimentación infantil; un niño cuando come inconscientemente aplica normas sociales incluso en soledad.

Una parte fundamental de la percepción creada desde el punto de vista infantil es el papel que han tomado a lo largo de su desarrollo con la alimentación. Entendida como un elemento más de la vida social, los niños participan activamente en la educación alimentaria en su casa, ya sea ayudando en la cocina, manteniendo horarios constantes para comer todos juntos o participando en celebraciones especiales como navidades donde saben que es un ambiente más formal y con comida especial.

Se crea una suerte de sistema de estatus donde su conducta y la percepción de los alimentos se modelan poco a poco, siguiendo la conducta de sus padres y adaptando la suya propia a medida que crecen. En este sentido, los niños se ven influenciados culturalmente para crear un conjunto de prácticas relacionadas entre sí con la alimentación como centro conceptual (Gracia, 1997). No existen hábitos alimenticios en la sociedad moderna que no cumplan este patrón, percibiéndose en actos cotidianos como el uso de cubiertos, las horas establecidas para determinadas comidas y la categorización social de consumir un tipo de alimentos u otros dependiendo de la comida correspondiente a esa hora.

En este punto la percepción del niño se crearía entonces a partir de deseos psicológicos individuales, los cuales chocarían constantemente con la versión cultural de los hábitos alimenticios adquiridos. Mientras que la visión de

satisfacer sus sentidos y saciar el apetito es constante, el llamado acto de comer se difumina en determinados ambientes, como las situaciones lúdicas familiares o el encuentro con compañeros de clase en el colegio.

Las características relacionadas con la satisfacción de necesidades básicas pasan a un segundo plano, manteniendo una percepción egocéntrica donde el valor cultural adquirido poco a poco desaparece. Cuanto más crece el niño más importante es la gestión de los hábitos desde un plano puramente conductual, asumiendo que la percepción que ha creado es objetivamente muy similar a la que se maneja en su ambiente cultural. Es en la conducta y su forma de mantener controlada la confrontación entre lo aprendido socialmente y sus deseos internos. Situación donde se sigue aprendiendo prácticamente a lo largo de toda la vida y en que agentes como el contexto escolar o el ambiente familiar juegan un papel clave durante esta época de desarrollo.

MARCO TEÓRICO

1. Alimentación cotidiana y su papel en la salud y desarrollo escolar: la importancia del desayuno

Los hábitos alimentarios son uno de los elementos más importantes dentro de un estilo de vida saludable. Durante la infancia es cuando desarrollamos una mayor cultura asociada a dicha conducta (Serafín, 2012), manteniéndola con pequeñas variaciones a lo largo de nuestra vida sin contar formación o intervención específica para modificarlos. Aunque la adolescencia es un punto clave para su consolidación, los alumnos de primaria mantienen una conducta alimenticia basada en la experiencia familiar y la observación del comportamiento de sus compañeros.

Situaciones tan habituales como almorzar durante el recreo, compartir una bolsa de golosinas o pedir a sus padres determinados productos por influencia del ámbito escolar se dan a nivel mundial, independientemente del bagaje cultural mostrado y la educación recibida al respecto. Es la forma de responder ante estas situaciones la que cambia de un niño a otro dependiendo de los hábitos desarrollados en el contexto familiar y la educación nutricional recibida tanto por sus padres como por el colegio.

En la formación de los hábitos alimentarios se observa que “la formación de hábitos alimentarios se adquiere desde los primeros años de vida, ya que en esta etapa los niños imitan a las personas de su entorno tomándolas como modelos”. En esta formación existe un proceso interactivo en el que las figuras paternas crean acciones dirigidas para formar dichos hábitos. Los adultos actuarían como mediadores para imponer primeramente el estilo de alimentación que se busca y a posteriori como agentes modeladores, adaptando la conducta manifiesta hasta llegar a una representación lo más cercana posible a la propuesta inicial. Al mismo tiempo, el propio ambiente que rodea a los niños muestra en la mayoría de casos los hábitos saludables en la alimentación, con horarios definidos por establecimientos y normas al comer regidas por el resto de la población (Alvarado, 2005). Al ser un proceso que parte desde el nacimiento del niño, la adquisición de los comportamientos se hace rápidamente evitando que se instauren conductas negativas aprendidas desde fuera.

Estas conductas pueden ir acompañadas de conocimientos explícitos, actitudes, valores y variaciones en el comportamiento que han sido primero enseñadas para luego ser inferidas por parte de los jóvenes. Requiere paciencia y tiempo por parte de los padres y las instituciones correspondientes, pero permiten siempre crear una serie de hábitos que forman parte del repertorio conductual de los niños.

Una de las comidas cotidianas que más ha preocupado a los expertos durante los últimos años es el desayuno. Se estima que aproximadamente un 10-15 % de los niños españoles no desayuna, con un 20-30% que lo hacen de manera insuficiente (Galiano, 2010). Teniendo en cuenta que aporta aproximadamente el 19 % de la energía diaria ingerida significa que una buena proporción de los niños acuden al colegio con menos aporte nutricional del recomendado para afrontar las tareas obligatorias. Son muchas las razones que se argumentan para esta situación, destacando la independencia otorgada a los niños para elegir los alimentos, la pérdida de la costumbre de comer en familia, la falta de tiempo propia y la facilidad con la que pueden acceder a golosinas que se alejan de los desayunos más saludables. Los niños en la actualidad tienen una libertad absoluta tanto en acción como en decisiones, pudiendo desayunar en muchos casos lo que les apetezca llegando a renunciar a esta comida si no les apetece. Paradójicamente el argumento basado en la pérdida de peso corporal, aunque escaso en primaria, muestra cómo perder el desayuno está relacionado con un mayor índice de masa corporal.

Los niños que desayunan habitualmente de forma equilibrada tienen una actividad física más regular, eligiendo alimentos más saludables y con una aportación energética correspondiente. Al mismo tiempo, los que reniegan de mantener hábitos alimentarios saludables muestran conductas de picoteo, horarios alterados en las comidas a lo largo del

día y un mayor consumo de productos de poca calidad nutricional (Berkey, 2003, citado en Galiano, 2010). Muchos de los niños del segundo grupo sustituyen el desayuno por cenas copiosas, aumentando los riesgos de la obesidad entrando en un círculo vicioso donde la cena crea una sensación saciante tan absoluta que vuelven a desechar el desayuno del día siguiente. Este comportamiento se extiende poco a poco a los colegios, con niños que evitan incluso el almuerzo a pesar de no haber desayunado por los motivos expuestos, acentuando la situación con comportamientos como ingesta repentina de grandes cantidades y rechazo de alimentos saludables incluso teniendo hambre.

Respecto al rendimiento escolar relacionado con el desayuno se ha demostrado que desayunar se asocia a un mejor aprendizaje, mostrando mayor rendimiento escolar en los niños que desayunan correctamente (Jofré et al., 2007). Al mismo tiempo, aspectos como la memoria reciente o la atención se ven perjudicados en los niños que no desayunan, acentuándose en los casos donde el hambre se manifiesta con problemas emocionales, de comportamiento y académicos.

Un niño que ha realizado un desayuno completo realiza las tareas más rápido y de forma eficaz, con rendimientos superiores en el rendimiento intelectual (Sánchez y Serra, 2000). La memoria es con diferencia el aspecto cognitivo que se ve más influenciado por esta comida, mostrando su deterioro en memoria espacial, reciente y auditiva en los niños que se saltan el desayuno. Teniendo en cuenta que en las aulas escolares son recursos obligatorios para poder mantener un ritmo escolar acorde al rendimiento esperado, el desayuno se convierte en la comida más relevante para los estudiantes en primaria.

2. Escuela como espacio para la formación de hábitos alimentarios

Fomentar hábitos alimenticios en los niños de hoy en día es un reto para la mayoría de familias. A pesar de la insistencia por parte de los organismos médicos con campañas sobre la importancia de una nutrición infantil adecuada, la necesidad de adaptarse a un entorno social donde la falta de tiempo y la pérdida de espacios compartidos provoca que las instituciones educativas se hayan convertido en la mejor oportunidad para tratar de compensar la situación actual.

El papel de la escuela en primaria se equipara al de la familia y el grupo de iguales, considerándose un factor de riesgo donde las características individuales dictaminarán la adaptación de los niños (Moreno, 2007).

La realidad es que el elevado aporte calórico de la comida ingerida por los niños procede de la influencia de sus compañeros en el colegio (Hidalgo, 2003), apoyados por la publicidad y la falta de concienciación respecto a la importancia de una nutrición equilibrada por parte de los padres. Aunque los colegios no pueden incidir directamente en un aspecto tan específico, sí pueden influir en la percepción de los estudiantes a través de una educación centrada en mantener un estilo de vida saludable sin necesidad de perder características como el sabor o el factor social al comer con sus amigos.

Dentro de los hábitos alimentarios contemplados en la escuela se valoran comportamientos asociados con el momento en el que se consumen alimentos, la compañía, el motivo por el que se elige ese momento y el tipo de comida elegida (Moreiras, 2001). Son prácticas entendidas más como socioculturales que como conductas propias del individuo, reflejado en el hecho de que los niños habitualmente tienden a compartir las golosinas que llevan a clase o las consumen en grupo, en un ambiente puramente social donde se comparten experiencias y valoraciones ajenas a la comida. Las instituciones lo permiten incluso en horarios más allá del recreo, con niños comiendo en clase y comprando en el propio colegio o los establecimientos cercanos alimentos que se alejan completamente de una dieta nutritiva.

Una de las medidas planteadas para introducir los hábitos alimentarios dentro del contexto escolar es recurrir a las asignaturas que se acerquen más a su contenido, como pueden ser las que se enfocan en ciencias naturales. Sin entrar específicamente en contenido específico didáctico, se complementan las clases normales con aspectos relacionados a la nutrición que tengan que ver con el contenido desarrollado, como puede ser el efecto de una dieta equilibrada en el organismo cuando se estudia el cuerpo humano. Sin ser un planteamiento erróneo, los estudios han demostrado que es más importante desarrollar una perspectiva integral en el aula (De Vincezi, 2007), alejándose de un contenido específico que los alumnos pudieran relacionarlo rápidamente con más materia a estudiar. Los hábitos alimenticios incluyen contenido referente a la conducta, la valoración de la situación, el contexto social en el que se dan y la correcta ingesta de los alimentos, características que pueden ser enseñadas desde otros enfoques sin necesidad de circunscribirlo exclusivamente a un tipo concreto.

Hasta ahora los enfoques centrados en la promoción de hábitos alimentarios se han suscitado en la obesidad infantil, tratando de prevenirla y actuando en los casos más marcados (Bonzi, 2008). Se busca actuar en las actitudes, conocimientos y hábitos saludables ya implementados en los niños, modificando conductas erróneas para más tarde

implementar otras más adecuadas. Aunque son programas eficaces tienen el problema de ser aceptados cuando ya existen problemas asociados a la obesidad infantil, sin contemplar aspectos como el déficit calórico en los niños que no comen adecuadamente o los problemas conductuales que surgen con una educación pobre en hábitos alimenticios.

Con todo, los programas que se han mostrado más aceptados a nivel educativo tanto por alumnos como por los centros son los que incluyen el ejercicio y la vida saludable como parte fundamental del programa. Centrar un programa educativo exclusivamente en los hábitos alimentarios habitualmente produce rechazo en los estudiantes, sin entender la utilidad de enfocar las actividades propuestas desde un ámbito emocional que todavía no comprenden. La escuela es un escenario privilegiado para poder implementar proyectos que actúen sobre las conductas más nocivas en cuestión de alimentación, pero la promoción de los mismos y la disposición de actuar por parte de todos los agentes implicados se aleja de la situación ideal.

3. La publicidad alimenticia: su impacto conductual

La influencia de la publicidad en los niños es una de las realidades más defendidas desde las investigaciones infantiles durante los últimos años. Sin una capacidad cognitiva lo suficientemente desarrollada para dirimir correctamente la información mostrada, el contenido de la publicidad incide en aspectos tan básicos como la conducta alimenticia, el trato social o la forma de aprendizaje (Rojas, 2014).

Esta influencia es tan absoluta que buena parte del marco cultural que manejan los niños es fruto de la publicidad, haciendo que elementos relacionados con su día a día se vean modulados por lo observado en ella. Una de las más afectadas es la referente a los hábitos alimenticios, afectando a todos los campos posibles. Los horarios manejados, el tipo de alimentación, la cantidad o la percepción social de su consumo, la publicidad consigue modificar internamente no solo su conducta, también aspectos emocionales como la autoimagen o la simpatía hacia productos que hasta ese momento, cuanto menos, le eran indiferentes.

Según la Asociación Americana de Pediatras se estima que un niño ve aproximadamente 7.600 anuncios en un año, cifra que cada vez se hace más difícil de cuantificar por la prevalencia del contenido online frente al de la televisión. Como es de esperar, la mayoría de anuncios enfocados a la alimentación infantil muestran productos habitualmente excluidos de una dieta sana: dulces, refrescos, golosinas, productos congelados. No se muestra en ningún momento un intento de incluir dichos alimentos en un programa alimenticio completo donde se recomiende su consumo ni su tasa semanal, solo se trata de convencer al infante de comer lo que ve ante la pantalla con recursos asociados al sabor inmediato.

Más allá de una cuestión baladí, existe una clara relación entre los alimentos anunciados y los que eligen los niños (Del Valle, 2013), haciendo que un simple anuncio repetido en la televisión y capaz de adentrarse a su rutina se sitúe rápidamente por encima de otros alimentos. Al mismo tiempo, este tipo de publicidad se alimenta a sí misma, haciendo que la cantidad de anuncios sea tal que destaque por delante de sus hábitos alimenticios cotidianos.

El gran éxito de la publicidad enfocada en los hábitos alimenticios es conseguir cambiar la percepción de los mismos hasta que se transmitan generacionalmente alcanzando el mundo adulto (Vitelli, 2013). Mientras que la publicidad en su formato más básico busca un consumo puntual del producto que promociona, las grandes empresas se centran en formar una conducta alimenticia centrada en cambiar hábitos asociados con el consumo de azúcares, grasas, modificar horarios de comida y fomentar un consumo constante cuando surja la apetencia.

Los niños se han convertido en el objetivo perfecto, logrando que influyan en sus padres al insistir en sus peticiones y mostrando una conducta aparentemente normal a medida que los toman con el tiempo. Si tenemos en cuenta los cambios sociales donde la disponibilidad inmediata de cualquier alimento y el cambio generacional a una sociedad donde se invierten menos recursos en la gastronomía familiar encontramos un caldo de cultivo perfecto para las empresas publicitarias. Fomentar nuevos hábitos alimenticios en los niños es una forma perfecta para afectar a los futuros adultos, propagándose en los colegios por la asociación inmediata de placer al producto concreto que observen en los compañeros.

Desde la figura paterna el marco de actuación pasa por fomentar un consumo saludable de televisión y mantener una educación constante alimentaria en el entorno familiar. No hay margen de conducta para las televisiones al encontrar una permisividad absoluta por parte de los gobiernos donde la imparcialidad y la información objetiva sean sus objetivos, siendo mucho más importante crear una imagen distorsionada de la sociedad donde los alimentos más perjudiciales son los más apetitosos para los niños.

Esta situación conlleva no solo problemas médicos por culpa de una alimentación deficitaria, se dan aspectos asociados con la conducta infantil emocional donde hay un patrón recurrente de respuestas negativas, hostiles y desafiantes hacia las figuras de autoridad de su entorno como padres o profesores (Vásquez, Et Al, 2010). El éxito de la publicidad es inmediato al prometer un sabor único consumiendo su producto, recompensando a una conducta sencilla y directa que contradice las peticiones impuestas por el entorno social. Aunque puede entenderse como un caso extremo, al permitir deliberadamente que consuman ese tipo de alimentos en detrimento de la comida recomendada se produce un cambio interno en la percepción de los hábitos alimenticios, haciendo que consuma cuando crea conveniente, la cantidad que desee y el producto que más le agrade.

Un campo particularmente difícil de manejar actualmente es la influencia de la publicidad de Internet. Con el desarrollo constante de las nuevas tecnologías cada vez hay más aparatos que nos permiten conectarnos a la red, y cada vez se enfocan más a un público infantil para conseguir adaptarlos a un ambiente puramente tecnológico. Ofcom, órgano regulador de las telecomunicaciones en Reino Unido, mostró cómo en 2016 los niños de 5 a 15 años ya pasan más horas semanales consumiendo internet que viendo la televisión.

Esto plantea nuevos problemas que se alejan de las medidas tomadas por los padres y los gobiernos para controlar la publicidad de la televisión. Por una parte, en Internet no existen horarios limitados para determinados tipos de publicidad, lo que hace que un anuncio particularmente agresivo pueda aparecer a cualquier hora del día sin que los padres puedan saberlo. Por otra, al haber tantos dispositivos con conectividad no hay forma de saber realmente a cuántos anuncios se ven expuestos, produciendo que con aparatos como teléfonos móviles o *tablets* vean publicidad de forma constante sin control alguno parental y sin que sepamos ni siquiera qué tipo de publicidad observan.

Además, los recursos publicitarios en internet son diferentes, incitando a una mayor participación para que los niños se impliquen con el anuncio publicitado. Aunque es un campo que todavía se encuentra en desarrollo sin duda será de los más influyentes para actuar sobre los hábitos alimenticios infantiles en los años venideros. Luchar contra la publicidad alimenticia es prácticamente imposible al estar inserta completamente en la sociedad.

Mientras que el camino del control en el consumo de dicha publicidad no lleva a resultados tangibles sí lo consigue una educación centrada en la creación de hábitos alimenticios reales, factibles, adaptados para introducir en su conceptualización el escenario mostrado desde la publicidad. La implicación del medio social inmediato incluyendo la escuela permitiría actuar para combatir el cambio conductual y su impacto a nivel emocional, controlando una acción que se dará a lo largo de la vida de los niños y que se transmite de unos a otros en cada generación como parte del tejido cultural que han desarrollado.

CONCLUSIONES

Una de las primeras conclusiones e ideas importantes que hay que tener claras desde el inicio es, que después de la infancia, los niños que presenten obesidad tienen un mayor riesgo de ser obesos de mayores, con el correspondiente riesgo para su salud que ello conlleva. Esto nos hace pensar que los pediatras y los padres, desde bien pequeños tienen que aconsejar sobre hábitos alimenticios. De esta manera llegarán al colegio con una potente educación en hábitos alimenticios saludables que repercutirá beneficiosamente en su desarrollo tanto físico como social y emocional.

Destacar también que si bien todas las comidas son importantes, el desayuno al ser la primera del día es fundamental, para lograr un rendimiento óptimo tanto intelectual como físico. Muchos niños vienen al colegio sin desayunar y los que lo desayunan lo hacen de una manera deficiente. Acusan a la falta de tiempo el que no desayunen, pero si los padres lo permiten, son los únicos responsables de que esto suceda.

Limitar la publicidad es otro de los aspectos que hay que tratar. A diario nos bombardean con miles de anuncios sobre bollería industrial o zumos azucarados con sabores riquísimos y precios muy bajos al alcance de todos. El problema es que la industria del azúcar mueve muchísimo dinero y a veces es muy difícil luchar con ella.

Es imprescindible que en los colegios se lleven a cabo proyectos o programas de alimentación saludable y actividad física. Así conocerán los efectos beneficios y perjudiciales de los alimentos que consumen frecuentemente o de la actividad física que realizan, y serán conscientes de los problemas que pueden tener si no ponen en práctica las recomendaciones que los encargados del proyecto les indiquen.

Bibliografía

- Alvarado, I. (2005). Formación de hábitos alimentarios y de estilos de vida saludables. Ministerio de Educación y Deportes, Venezuela.
- Bonzi N. S, Bravo M. (2008). Patrones de alimentación en escolares: Calidad versus cantidad. RevMéd Rosario.
- Contreras, J. (1995). Alimentación y cultura: Necesidades, gustos y costumbres. Barcelona, Universidad de Barcelona.
- De Vincezi A, Tudesco F. (2007). La educación como proceso de mejoramiento de la calidad de vida de los individuos y de la comunidad. Rev Iberoamer Educ.
- Del Valle, A., (2013). A Reflection On European Regulation Of Television Advertising To Children. CommunicationResearchTrends.
- Galiano, M.J., Moreno, J.M. (2010). El desayuno en la infancia: más que una buena costumbre. Nutrición Infantil, Centro de Salud María Montessory, Madrid.
- Gracia, M. (1997). La transformación de la cultura alimentaria. Cambios y permanencias en un contexto urbano. Madrid: Ministerio de educación y cultura.
- Hidalgo M. I. (2003). Nutrición en la edad preescolar, escolar y adolescente. Pediatría Integral.
- Moreiras O, Cuadrado C. (2001). Hábitos alimentarios. Tojo, Barcelona.
- Moreno, M. C. (2007). Desarrollo y conducta social de los 2 a los 6 años. En J. Palacios, A. Marchesi, C, Coll, Desarrollo Psicológico y Educación. Tomo 1. Psicología Evolutiva. Capítulo 11. (pp. 305 – 326). Madrid: Alianza Editorial.
- Rojas, V. (2014). La influencia de los medios de comunicación en la salud, Salud y medios de comunicación: un encuentro ineludible. Aularia.
- Sánchez, J. A., y Serra, L. (2000). "Importancia del desayuno en el rendimiento intelectual y en el estado nutricional de los escolares" en *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 6 (2), p. 53-95.
- Serafín, P. (2012). Hábitos saludables para crecer sanos y aprender con salud. Manual de la Alimentación Escolar Saludable, Paraguay.
- Severo, A. (2012). Teorías del Aprendizaje: Jean Piaget, Lev Vigotsky. IFD-Tacuarembó.
- Vásquez, J., Fera, M., Palacios, L., De la Peña, F. (2010). Guía clínica para el trastorno negativista desafiante. Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz, México.
- Vitelli, R. (2013). Television, Commercials, and Your Child. Psychology Today.