

Comida Chatarra en la Publicidad Televisiva Como Causa de Obesidad en Niños de Educación Básica

(Junk Food in Television Advertising as a Cause of Obesity in Elementary School Children)

Martínez-Sepúlveda, Vanessa Sarahí¹

¹ *Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Contaduría Pública y Administración (México), vanessa_sarahi14@hotmail.com, vanessa.martinezspl@uanl.edu.mx, <https://orcid.org/0009-0004-7981-5671>*

Resumen. La siguiente investigación tiene como objetivo: Identificar como influye la comida chatarra y la publicidad televisiva en la obesidad de los niños de educación básica de un centro de estudios del municipio de Monterrey, Nuevo León. Método: El tipo de investigación fue de tipo no probabilística, mixta, descriptiva, no experimental, transversal, utilizando técnicas de tipo documental, bibliográfica y de campo. Se consideró una población de tipo finita, utilizando el método de recolección de datos por conveniencia, se seleccionó 90 niños de la escuela primaria Ricardo Flores Magón, aplicando como instrumento el cuestionario. Resultados: Se muestra como la venta de comida chatarra es un factor que influye en la obesidad ya que se afirma que el 68% de los niños no llevan lonche o sólo a veces, por tanto 90% compran productos todos los días o algunos días, tan sólo el 10% no lo hace. La hipótesis de que la publicidad televisiva influye en la decisión de consumo alimenticio de los niños, en la institución educativa se descarta, ya que el 82% manifiesta no comprar lo que ve en los anuncios. Conclusiones: En el 2014 se reguló la publicidad televisiva en horarios, y en el 2022 se prohibió por medio del Congreso de la Unión la venta de comida chatarra, sin embargo, hay que revisar que se cumpla, y verificar que los padres de familia contribuyan a proporcionar a los menores su lonche y elevar el estudio a nuevas variables como puede ser el uso de dispositivos digitales.

Palabras clave: comida chatarra, publicidad televisiva, obesidad, educación básica.

Abstract. The objective of the following research is to identify the influence of junk food and television advertising on obesity in elementary school children in a school in the municipality of Monterrey, Nuevo Leon. Method: The type of research was non-probabilistic, mixed, descriptive, non-experimental, cross-sectional, using documentary, bibliographic and field techniques. A finite population was considered, using the method of data collection by convenience, 90 children from the Ricardo Flores Magón elementary school were selected, applying the questionnaire as an instrument. Results: It is shown that the sale of junk food is a factor that influences obesity, since 68% of the children do not take a lunch or only sometimes, therefore 90% buy products every day or some days, only 10% do not. The hypothesis that television advertising influences children's food consumption decisions in the educational institution is discarded, since 82% state that they

do not buy what they see in the advertisements. Conclusions: In 2014, television advertising was regulated in schedules, and in 2022 the sale of junk food was prohibited by the Congress of the Union, however, it is necessary to review compliance, and verify that parents contribute to provide children with their lunch and raise the study to new variables such as the use of digital devices.

Key words: junk food, tv advertising, obesity, basic education.

Introducción

En el estándar de los países con los índices más altos de obesidad infantil se encuentra México, encontrándose en el 5° lugar según Alianza por tu Salud Alimentaria (2022), que de seguir así se prevé que para 2030, el 42.9% de los niños de entre 5 a 19 años vivirán con obesidad.

La obesidad en su significado general es tener demasiada grasa corporal, no es lo mismo a sobrepeso. El sector infantil no tiene la capacidad de entender la gravedad del consumo de esos productos, por ello, es importante dar a conocer la influencia que la publicidad televisiva tiene sobre los de niños que a diario adquieren estos productos.

Sin duda alguna, la televisión es una gran atracción en los niños por la facilidad de influir en su forma de pensar, actuar y consumir el contenido que se muestra en ella por su fácil acceso. En la publicidad, sean comerciales u otro anuncio, la mayoría de las veces muestran alimentos ricos en azúcar, sal o grasas y en porciones grandes, estos son sólo algunos de los factores que llevan a los niños a consumir más calorías de las que necesitan.

En este estudio se analizará la respuesta de los niños de educación básica del municipio de Monterrey, Nuevo León, específicamente de un centro escolar, con el fin de comprender la raíz de donde nace el consumo de los menores por este tipo de alimento y establecer lo que esta puede

ocasionar para su salud. Así mismo con información de una especialista nos ayudará a establecer recomendaciones para los padres de familia o tutores de quienes estén a cargo de los menores.

Antecedentes del problema

En el municipio de Monterrey para el 2020 un 94.53% de alumnos entre 6 y 11 años asisten a la escuela según datos del INEGI (2023), cabe destacar que el tiempo en que un niño puede consumir comida chatarra puede ser en la hora del receso escolar o bien en las tardes ya que terminan sus actividades escolares. El Gobierno de México (2021) menciona que:

El sobrepeso y la obesidad infantil en México, es uno de los problemas de salud pública más importantes. La obesidad infantil es una enfermedad crónica que se caracteriza por exceso de grasa en el organismo y se presenta cuando el niño tiene un sobrepeso mayor al 20% del ideal. (Párr. 3)

Mientras que los autores Payan y Hernández (2020), resaltan que la comida chatarra a través de los mensajes televisivos, los vuelven llamativos, incluso los llaman “altos en vitaminas” para más fácil comercialización, a su vez utilizando empaques con imágenes de alimentos o personajes atractivos.

Por lo tanto, un niño quien tiene acceso a la televisión se es influenciado en desear un producto que no sea bueno para la salud como lo es la comida chatarra. En una entrevista realizada por la revista Forbes (2022), Elizabeth Solís Pérez, exdirectora de la Facultad de Salud Pública y Nutrición de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), menciona que “el 36% de la población que cursa educación básica en Nuevo León, padece de obesidad infantil y según la Secretaría de salud

estatal, la entidad ocupa el primer lugar nacional y mundial en este problema” (Párr. 1).

Planteamiento del problema

La obesidad es una enfermedad que ha ido en incremento, según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) tan sólo en el 2016 había más de 340 millones de niños y adolescentes entre 5 y 19 años con sobrepeso u obesidad esto a nivel mundial. México por su parte se encuentra entre los siete países con mayor prevalencia, ya que para la siguiente década contará con 6.8 millones de habitantes con obesidad, mientras que el incremento anual en infantes es del 2.5%.

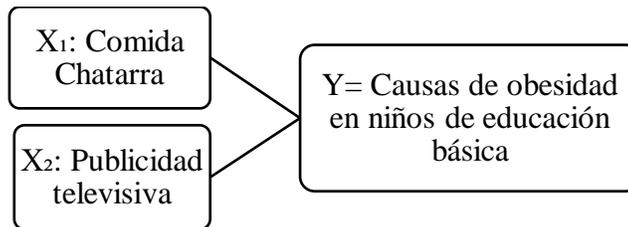
Por su parte, el Gobierno del Estado de Nuevo León (2023), por medio de la Secretaría de Salud menciona que “3 de cada 10 niños y 4 de cada 10 niñas entre los 5 y 11 años tienen sobrepeso u obesidad, cifra que se eleva al 50 por ciento en el grupo poblacional de adolescentes entre 12 y 19 años de edad”. Conociendo las cifras que van en aumento, es indispensable revisar si la publicidad televisiva influye en el consumo de la comida chatarra en los niños de educación básica.

Problemática a investigar

En el siguiente mapa (Figura 1), se muestran las posibles causas que provocan la obesidad en niños de educación básica del municipio de Monterrey, Nuevo León (Ver figura 1).

Figura 1.

Mapa Conceptual del Problema.



Fuente: Elaboración propia

Pregunta de investigación

¿Cómo influye la comida chatarra y la publicidad televisiva en la obesidad de los niños de educación básica del municipio de Monterrey, Nuevo León?

Objetivo general

Identificar como influye la comida chatarra y la publicidad televisiva en la obesidad de los niños de educación básica, específicamente de un centro escolar del municipio de Monterrey, Nuevo León.

Objetivos Específicos

- Determinar tiempo que están expuestos a los comerciales en televisión.
- Identificar los tipos de comida chatarra que se muestran y cuáles son los más consumidos por los niños de educación básica, específicamente de un centro escolar.
- Conocer los diferentes factores que influyen en los menores al adquirir comida chatarra.

- Determinar si existe una relación entre la publicidad de comida chatarra y su consumo por menores de edad.

Hipótesis General

La venta de comida chatarra y la publicidad televisiva son factores que influyen en la obesidad de los niños de educación básica de un centro escolar del municipio de Monterrey, N.L.

Justificación

Es importante conocer los factores por lo que los niños están propensos a recibir y descubrir la influencia que tiene la televisión en el público infantil, y así trabajar municipio y padres de familia en una solución de la problemática en la actualidad. En este estudio nos ayudará a formular hipótesis así mismo obtener resultados para establecer recomendaciones para evitar los efectos de la influencia de la publicidad televisiva en los menores, buscando concientizar a la población sobre el contenido de la publicidad y como este influye en su consumo y salud.

Delimitaciones y limitaciones de la investigación

En este estudio tomará en cuenta un sector infantil de 8 a 10 años de los grados de tercero, cuarto y quinto de educación básica del municipio de Monterrey, con lo cual se comprobará la influencia de la publicidad televisiva en ellos. Para esta investigación se seleccionarán a 90 estudiantes de la primaria Ricardo Flores Magón, escuela ubicada en el municipio de Monterrey, Nuevo León. Una de las limitaciones que se tendrán son el permiso de tomar encuestas a los niños en la escuela, la conducta de los

niños hacia el encuestador, así como la interrupción de sus actividades escolares.

Marco Teórico

Obesidad

Castillo La Torres (2020), relaciona la obesidad con la teoría de los genes ahorradores de Carrasco que establece que:

Durante la evolución del ser humano se fueron seleccionando, en forma natural, ciertas variantes genéticas que permitían lograr un mayor almacenamiento de energía en el tejido adiposo y un bajo gasto energético ante condiciones de vida caracterizadas por la escasez o dificultad en la obtención de los alimentos y/o exposición a largos periodos de hambruna. Esta carga genética enfrentada a un estilo de vida sedentario y alta ingesta de calorías constituye el principal factor de riesgo de obesidad, especialmente en las culturas occidentales.

(p.24)

A su vez existen varias definiciones sobre la obesidad que fueron encontradas en la literatura, los autores Pérez & Cruz (2019) definen la obesidad como una enfermedad ya que una de sus tantas características es el aumento de la grasa corporal, por lo tanto, es considerada mala para la salud, considerando que también ocasiona un gasto calórico que ya involucra factores genéricos y ambientales.

Otra definición escrita por los autores Anderson, et al. (2019), definen la obesidad como una enfermedad de etiología compleja que nace de factores ya sean genéricos, ambientales como puede ser el manejo de la

alimentación, el grado de las actividades físicas y lo contrario de ello, el sedentarismo.

Esta variable ha sido estudiada de diferentes formas, los autores Urbano y Beltrán (2020), realizaron un estudio transversal, con análisis de tipo casos y controles realizado en Cali, Colombia en 2018, recolectando una muestra de tipo conveniencia de 103 niños tomando en cuenta aspectos demográficos e información de la Organización Mundial de la Salud (OMS), en conclusión, del estudio se demostró que la exposición a pantallas electrónicas se podría considerar de riesgo para la obesidad infantil.

Otro estudio realizado por Stuardo, et al. (2022) constó en revisar la literatura científica de la obesidad infantil, se revisó las bases de datos entre los años 2013 y 2019, se seleccionó 30 artículos, los resultados fueron que se enfocaban en promover la actividad física y la buena alimentación para la reducción de la grasa corporal, así mismo como recomendaciones mencionan que hay que promover la adherencia a los programas y extender periodos de seguimiento para conocer su efectividad en el largo plazo.

Comida chatarra

Sanborn y Schwalb, consideran dos elementos importantes como teorías que es el comportamiento y los efectos del consumo. En el comportamiento se analiza la salud y el consumo, ya que muestran un impacto fuerte en la conducta de las personas, mientras que el efecto del consumo el hábito alimenticio y la actividad física se enfoca en la promoción de la actividad y el cambiar los alimentos no saludables.

Una de las definiciones de la comida chatarra es la que proporciona Medrano (2021) es la establecida por el autor Jacobson ya que la define como:

Un alimento que contiene bajos nutrientes y que es perjudicial para la salud, que está compuesta de sustancias con un elevado nivel de hidratos de carbono, grasas, sodio y que a la par tiene deficiencia de aminoácidos, vitaminas, etc. La comida chatarra tiene una gran demanda de adquisición de parte de los clientes debido a la practicidad, comodidad y gran variedad de sabores que ofrece al momento de consumirlo. (p.24)

Otra definición de comida chatarra según Quispe y Mendoza (2019) y que citan es la de Colque ya que llama a la comida chatarra basura, ya que lo que contienen es exceso de niveles de azúcar, sal, grasas y numerosos aditivos alimentarios, al mismo tiempo con carencias de proteínas, y fibras entre otros.

Los autores Carías y Simons (2020), realizaron un estudio analizando el consumo de la comida chatarra en el país de Honduras en el 2018, su investigación fue de tipo no experimental, descriptivo, transversal. El universo fue de niños de entre 5 y 15 años que cursaban de primero a sexto de primaria en escuelas públicas, utilizando la técnica de muestreo estratificada; los centros de educación primaria fueron a través de la técnica aleatoria simple, y la población a estudiar mediante técnica aleatoria probabilística. Obtuvieron una muestra de 7020 alumnos y se seleccionaron 10 alumnos por cada uno de los 6 grados, concluyeron que los que mayor fueron encuestados fue niñas de primer año escolar, siendo las bebidas carbonatadas, churros y pollo frito lo más consumido.

Publicidad televisiva

Una de las teorías más reconocidas es la que establece Higgins como la teoría de la autodiscrepancia, ya que para Luna (2019), menciona que las

personas se sienten incomodas con su imagen, esto por estar influenciadas por un tipo de modelo idealista que presenta los medios de comunicación, ocasionando conductas de discrepancia y esta puede desmotivar a las personas.

Una de las definiciones de la publicidad televisiva es la que destaca Perea (2021) es la de Zegarra ya que menciona que “La publicidad televisiva es todo tipo de comunicación cuyo fin es brindar no promocionar un bien, servicio o idea, que ya ha sido concebida para ser emitida por la televisión, enviando un mensaje televisivo para el público en general” (p.56).

Otra definición que plantea Pérez (2019) es que son considerados textos audiovisuales, ya que son representados por hombres y mujeres con el trabajo de exploración reflexión teóricas en sus mensajes, y lo audiovisual complementa o ayuda a la codificación y análisis del mismo contenido que se presenta.

Una de las investigaciones realizada por Ramírez y López (2019), el código PAOS 2018, esto con el fin de la regulación de la publicidad dirigida a niños, promoviendo más publicidad de mejora de hábitos alimenticios, esto realizado en Salamanca, Espala. Concluyendo dicha investigación con la afirmación que los niños menores de doce años tienen demasiada exposición a la publicidad de alimentos en horarios de programas infantiles, pero, del 2012 al 2018, está mejorando mucho con la regulación del contenido.

Hipótesis Específicas

A partir de la revisión de la literatura, se establecen las siguientes hipótesis específicas:

H₁: La venta de comida chatarra es un factor que influye en la obesidad de los niños de educación básica de un centro de estudios del municipio de Monterrey, N.L.

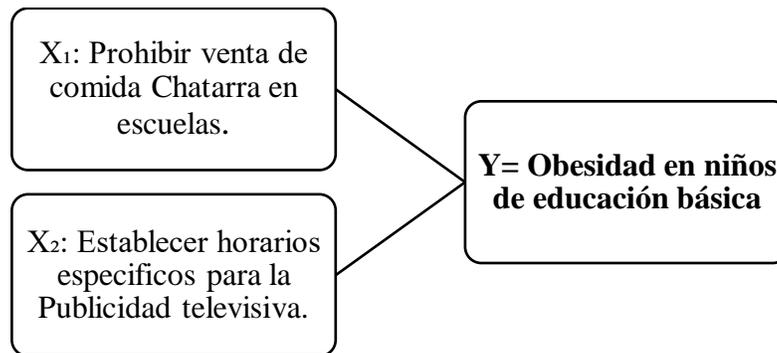
H₂: La publicidad televisiva es un factor que influye en la obesidad de los niños de educación básica de un centro de estudios del municipio de Monterrey, N.L.

Modelo de Investigación

El siguiente modelo muestra las variables a estudiar con la obesidad en niños de educación básica de un centro escolar del municipio de Monterrey, Nuevo León (figura 2).

Figura 2.

Modelo gráfico de las variables



Fuente: Elaboración propia

Método

En esta sección se plantea la metodología a seguir para la obtención de datos e información para posteriormente ser analizada y que permitan dar respuesta a las hipótesis planteadas en la investigación, teniendo como objetivo identificar como influye la comida chatarra en la publicidad televisiva en niños de educación básica de un centro escolar en el estado de Nuevo León, México.

El tipo de diseño que se utilizó fue con una metodología mixta ya que considera la medición de las variables que influyen en la obesidad en niños de educación básica de un centro de estudio del municipio de Monterrey, Nuevo León con la encuesta y con la realización de la entrevista, siendo una investigación de tipo descriptivo ya que se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis del comportamiento, donde su finalidad conocer las categorías o variables en una muestra o contexto en particular, ya que el interés se centra en describir los factores que influyen en un fenómeno particular y en qué condiciones se manifiesta.

Para el análisis de la investigación se realizó un estudio no experimental ya que se observó el fenómeno de estudio sin realizar ningún tipo de manipulación a las variables del modelo. Es transversal porque se analiza la influencia entre las variables independientes: comida chatarra y la publicidad televisiva y la variable dependiente: la obesidad. Las técnicas que se utilizó en la investigación son la documental porque se realizó una búsqueda de información teórica y empírica, en cuanto a la técnica bibliográfica, por las investigaciones y libros académicos encontrados y, por último, la técnica de campo que se implementó en la investigación

porque se realizaron entrevistas con expertos del tema y se recabaron la información a través de una encuesta.

Participantes

Las variables y características de la población que se investigaron fueron niños de 8 a 10 años que cursan entre tercero y quinto grado de primaria. Siendo una investigación de tipo no probabilística y considerando que la población es de tipo finita, se seleccionó una muestra por conveniencia, el autor Navarrete (2000) menciona que este tipo de método por conveniencia es una forma menos costosa y rápida para obtener una muestra y realizar la entrevista a quienes deseen ser encuestados, por lo tanto la muestra son 90 niños de la Escuela Primaria Ricardo Flores Magón ubicada en Calles Damina Carmona, Colonia Emiliano Zapata, municipio de Monterrey, Nuevo León, México, C.P. 06390.

Técnica e Instrumento

La encuesta es una de las técnicas de recolección de información más utilizadas en las ciencias sociales de acuerdo con el autor Hernández-Sampieri (2014). Por lo cual se construyó un instrumento en donde hubo preguntas de opción múltiple y abiertas considerando de 3 a 4 respuestas por pregunta, esto acorde con el problema que plantea la investigación, a su vez, se realizó una entrevista de 6 preguntas a una especialista en el tema de obesidad infantil.

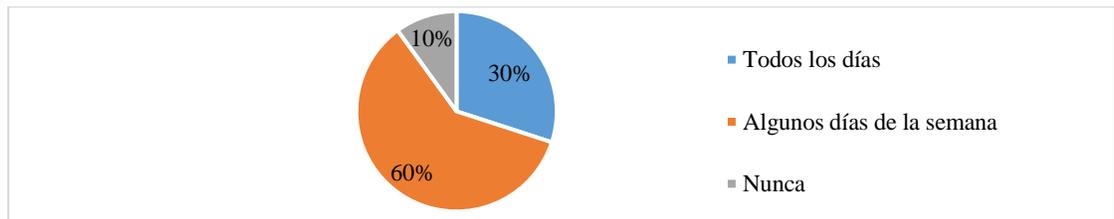
Resultados

A base a lo investigado, se elaboraron las cuentas con el propósito de corroborar la información obtenida, así mismo solicitando apoyo de un especialista en el tema para complementar y crear contrastes en los resultados a través de la entrevista. En la escuela Ricardo Flores Magón, niños entre los 8 y 10 años de edad fueron los participantes para dicho trabajo, fueron tan solo tres grupos a los que se les solicitó contestaran con honestidad el cuestionario. La aplicación e interacción con los niños fue satisfactorio ya que se cumplió el objetivo del tema.

Sólo un 10% no compra comida de la escuela, es un número muy bajo los que no consumen chatarra, mientras que el 90% menciona que todos los días o algunos días de la semana compran. (Ver figura 3)

Figura 3

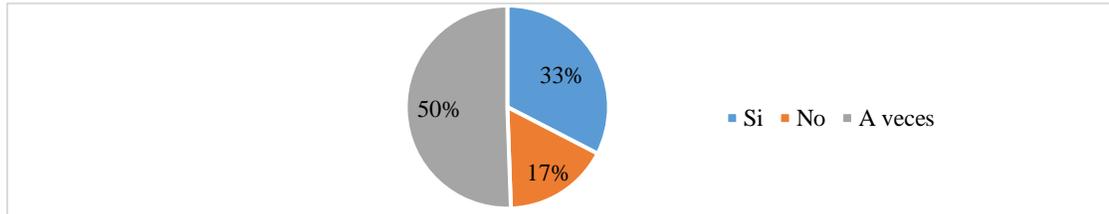
¿Cada cuando compras comida en la tienda de la escuela?



En la figura 4 se puede observar que al menos casi la mitad de los niños no son consumidores frecuentes, aunque en su 33% si lo son, estos productos contienen altos niveles de azúcar y calorías (Ver figura 4).

Figura 4

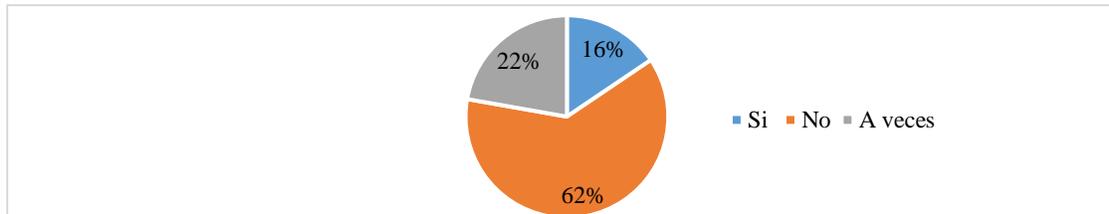
¿Te gusta comer papas, galletas o dulces?



Un 16% de los estudiantes mencionaron que prefieren comer la comida chatarra que su lonche, el 22% sólo en ocasiones, mientras que el 62% no lo prefieren (Ver figura 5).

Figura 5

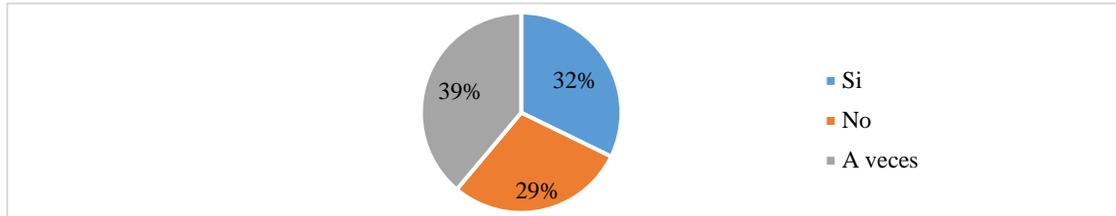
¿Prefieres comer eso que tu lonche?



En la figura 6 se puede observar que el 29% de los niños encuestados no son enviados a sus escuelas con lonche por parte de sus mamás, mientras que el 32% sí y el 39% sólo en ocasiones, lo que el 71% de los niños consumen el lonche de sus mamás.

Figura 6

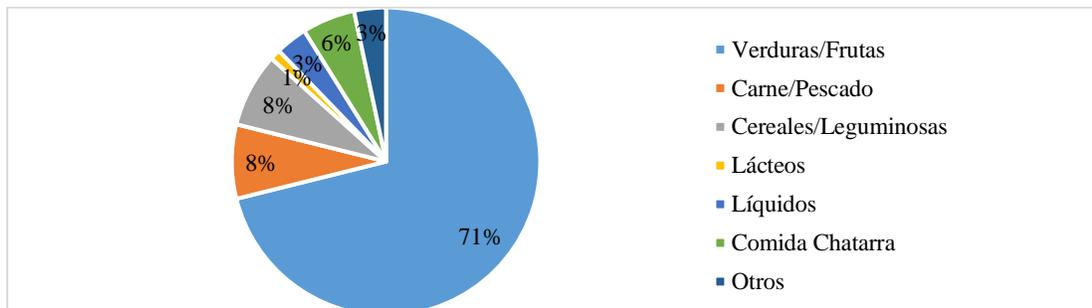
¿Tu mamá te pone lonche?



La principal razón de agregar esta pregunta es para ver, ¿Qué tanto conocimiento puede tener un niño de primaria acerca de lo que come diariamente? Lo que sólo un 6% mencionó que la comida chatarra para ellos es de uno de los alimentos nutritivos, el otro 94% sabe que las verduras/frutas, carnes/pescado, cereales/leguminosas, lácteos y líquidos son nutritivos (Ver figura 7).

Figura 7

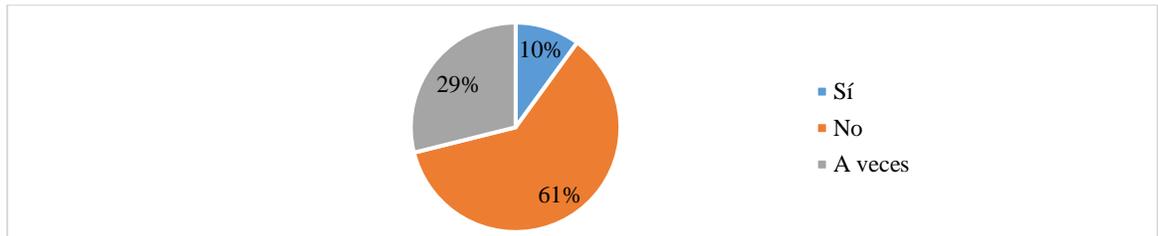
Menciona tres alimentos nutritivos que conozcas o hayas consumido alguna vez



En la figura 8 se puede notar que el 82% no realiza la compra de la comida anunciada en televisión, tan sólo es 13% sí lo realiza y el 5% en ocasiones.

Figura 8

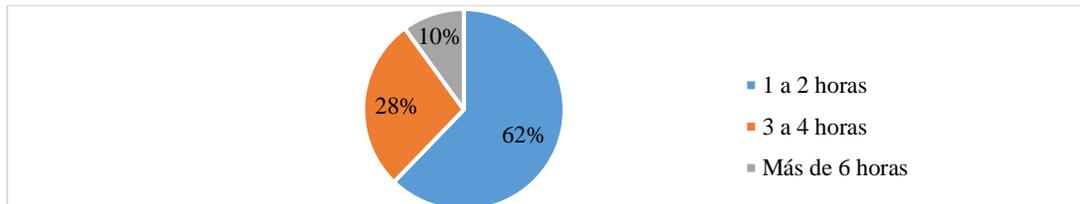
¿Compra la comida que ves anunciada en televisión?



El 56 % de la población infantil encuestada ve programas infantiles o caricaturas en un lapso que va de una a dos horas, teniendo en cuenta que en la actualidad existen videojuegos y otras herramientas que alejan a los niños de estos programas de televisión, aunque casi el 28 % de los niños dedican alrededor de 3 a 4 horas a la televisión y el 10% más de 6 horas (Ver figura 9)

Figura 9

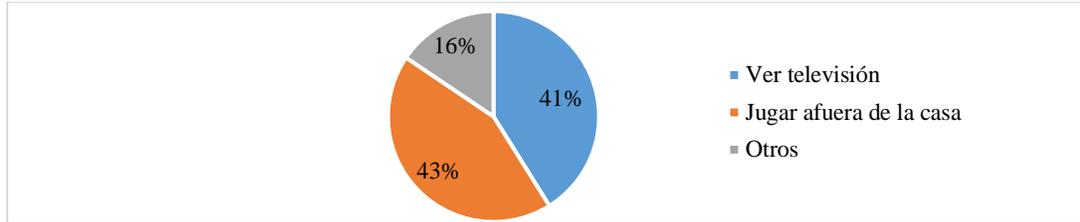
¿Cuántas horas ves caricaturas?



Al hacer esta pregunta se notó una gran competencia entre dos de las respuestas obtenidas, dos de ellas obtuvieron casi el mismo porcentaje, el 41% de los niños contestaron que tanto prefieren jugar fuera de su casa y un 43% ver televisión, lo cual ayuda a saber que a pesar de la publicidad de comida chatarra que hay en la televisión, los niños aun disfrutan jugar fuera de su casa, sólo el 16% prefieren realizar otras actividades (Ver figura 10).

Figura 10

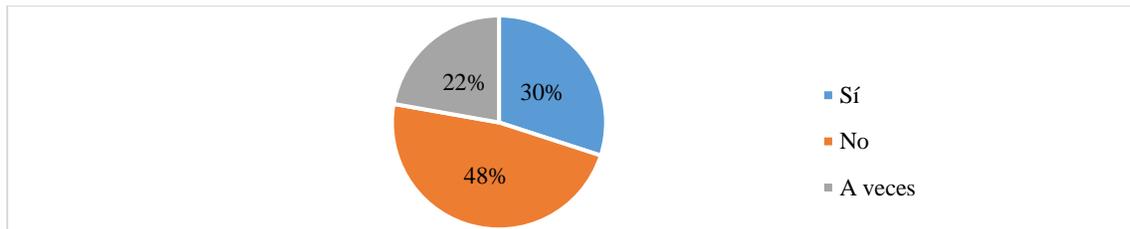
¿Prefieres ver televisión o jugar afuera de tu casa?



El 58% de los niños no ven la televisión mientras comen mientras que el 37% sí, sólo hay un 5% que en ocasiones lo hace (Ver figura 11).

Figura 11

Cuando llegas de la escuela, ¿Ves televisión mientras comes?



Entrevista a la especialista en Médico Pediatra, (Subespecialidad Cardiología) con Cédula Profesional 6778046, Dra. Maritza Guerra Hernández, de la clínica 4 del IMMS.

¿Cuál es la edad en los niños donde se presenta más obesidad?

MG: *Bueno la obesidad infantil ha crecido un 16% en niños de 6 a 12 años, en esta edad es donde los niños reciben la educación alimenticia que adquieren desde su casa, así que esta enfermedad se presenta más en niños que van desde los 6 hasta los 16 años.*

¿Qué opina sobre la publicidad de la comida chatarra?

MG: *Creo que la publicidad no es la principal causa de esta enfermedad, aunque si interviene mucho, ya que gracias a todos los comerciales y cosas que pasan en los medios de comunicación, los niños están más cercanos a estos productos y por lo tanto al momento de incitarlos, consumen los productos anunciados y el porcentaje de crecimiento en la obesidad crece constantemente.*

¿Qué tan importante es que los papás estén informados del valor nutricional en los niños?

MG: *Buenos los padres de familia, al igual que los niños que ya son un poco más grandes, sabemos que la información sobre como alimentarse no está escondida, sino que ahora gracias al gobierno y a algunas empresas, la información nutricional llega a cualquier persona para ser informada de cómo debemos tratar a nuestro cuerpo, en este caso, la decisión depende de cada uno.*

¿Cuántos padres de familia traen a sus niños a consultar por problemas de obesidad?

MG: *Son escasos los casos que atendemos este tipo de problemas ya que la sociedad no ve un problema grande en esta enfermedad, es por eso*

que los niños crecen con una mala educación y esos niños son los que tienen problemas de salud al ser ya personas mayores, creo que la sociedad va a comprender este problema cuando los casos de muerte o enfermedades graves ya se presenten en niños, aunque sin que las personas sepan, en los niños ya hay casos de diabetes, hipertensión y ese tipo de enfermedades que piensan que solo le suceden a personas ya mayores, pero no es así.

¿Es más común ver a un varón o una niña?

MG: En este tema es más común ver a un hombre con problemas de salud por esta enfermedad, ya que los hombres tienen el metabolismo más bajo, por lo tanto, combinando su metabolismo con su forma de alimentarse, son los más propensos a tener esta enfermedad.

¿Aproximadamente qué porcentaje de niños lleva una vida sedentaria?

MG: Bueno, 8 de cada 10 niños llevan una vida sedentaria, no tienen ningún tipo de actividad física sino todo lo contrario, para mi punto de vista es un porcentaje muy alto ya que alrededor de un 60% de los niños no hacen ningún tipo de actividad que pueda ayudar a su cuerpo a tener una mejor salud, es un porcentaje muy alto y para mi punto de vista debemos hacer algo, pero mientras los padres de familia, que son quienes llevan el control no actúen, nadie más lo va a hacer por los niños de nuestro país.

Conclusión

Las encuestas realizadas a niños arrojaron que la cantidad de horas en la que visualizan la televisión son de una a dos horas y mientras están en su casa después de llegar de la escuela, destacan con el 43% que prefieren salir a las calles a jugar con amigos algún deporte o juego favorito, por tanto, en ningún momento se sienten influenciados por los anuncios de publicidad para el consumo de comida chatarra y la entrevista realizada a la especialista sostiene aún más este resultado, por tanto la hipótesis que establece que la publicidad televisiva es un factor que influye en la obesidad de los niños de educación básica queda descartada.

Los niños al asistir a la escuela, el 31% suelen llevar en muchos casos un lonche preparado en su casa, y así evitar el comprar algo en el puesto o cooperativa de su escuela. Aunque en el receso que tienen entre clases observan a otros compañeros comer "papas", "dulces" o "refrescos", no se ven intimidados en la mayoría de las ocasiones por ellos, ya que, al brindarles un refrigerio desde casa, quedan satisfechos durante esa mañana o esa tarde de clases, sin embargo, en base a lo contestado por la médico pediatra, los padres no miden la gravedad de esta enfermedad que puede surgir desde pequeños sino se da una alimentación adecuada al menor, pues la educación alimentaria se empieza desde casa.

Por tanto, La hipótesis donde la venta de comida chatarra es un factor que influye en la obesidad de los niños de educación básica se afirma, ya que el 90% consume estos productos en su escuela. Lo que es una realidad es que prefieren consumir algún alimento preparado por sus familias, sin embargo, al no haber esta disposición de los padres de familia, se ven en la obligación de consumir lo que en las escuelas venden, por consiguiente, consumen este tipo de producto.

Hay un trabajo claro que realizar como sociedad, pero, sobre todo, las autoridades correspondientes encargados de las escuelas públicas, pues evitar ser un país, estado o localidad con menos índices de obesidad infantil está en establecer alianzas entre los municipios, autoridades de secretarías de educación y padres de familia. También a su vez, la educación alimentaria debe ser fundamental y pueden realizar trabajo de enseñanza nutriólogos dentro de los centros de estudios como son las escuelas públicas y privadas.

Este estudio da para realizar aún más investigación, ya que se puede elevar el estudio a nivel tecnológico, por el acceso que puede tener un menor a un dispositivo digital y que puede ser mayor influenciado a través de las aplicaciones de estos dispositivos.

Discusión

En base a la información recabada y analizada, así mismo, con los datos obtenidos, una noticia publicada por Aristegui Noticias (2014), establecen que de acuerdo a Mikel Arritola, en ese año titular de la Comisión Federal de protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) se tomó la decisión de eliminar 55 de las 139 horas de comerciales al año destinados a la barra infantil, esto equivale al 40% de los promocionales. Esta restricción se crea después de analizar la situación en el país sobre la obesidad que se encuentra no solo en adultos, si no, también en niños; otro factor importante lo podemos encontrar en que México se encuentra en los primeros lugares del ranking mundial en obesidad. Este queda restringido de lunes a viernes de 14:30 a las 19:30 horas y de 7:00 a 19:30 los sábados y domingos, de acuerdo a las Medidas regulatorias de la estrategia para la prevención y control del sobrepeso, obesidad y diabetes.

Sin embargo, en el 2022 los diputados federales aprobaron la modificación de la Ley General de Educación, artículo 75bis, tercer punto, donde se establece:

La prohibición de venta y publicidad de alimentos y bebidas procesados y a granel que no favorezcan la salud de los educandos o la pongan en riesgo por su bajo valor nutricional de acuerdo a los criterios nutrimentales incluidos en el artículo 212 de la Ley General de Salud y las demás disposiciones en la materia. (p.56)

A pesar de lo establecido, se debe considerar supervisar las escuelas para el cumplimiento de la ley, y así mismo agregar al plan de estudios educación alimentaria y nutricional, ya que los índices de obesidad infantil van al alza, y sumado a la actualidad al fácil acceso a un dispositivo digital, la influencia por el consumo de los alimentos de comida chatarra puede aumentar por este nuevo medio de comunicación y entretenimiento.

Anexo

Ejemplo del cuestionario

1.- ¿Cada cuándo compras comida en la tienda de la escuela?

1) Todos los días 2) Algunos días de la semana 3) Nunca

2.- ¿Te gusta comer papas, galletas o dulces?

1) Sí 2) No 3) A veces

3.- ¿Prefieres comer eso que tu lonche?

1) Si 2) No 3) A veces

4.- ¿Tu mamá te pone lonche?

1) Si 2) No 3) A veces

5.- Menciona tres alimentos nutritivos que conozcas o hayas consumido alguna vez. _____

6.- ¿Compras la comida que ves anunciada en televisión?

- 1) Si 2) No 3) A veces

7.- ¿Cuántas horas ves caricaturas?

- 1) 1 a 2 horas 2) 3 a 4 horas 3) 5 a 6 horas 4) Más de 6 horas

8.- ¿Prefieres ver televisión o jugar a fuera de tu casa?

- 1) Ver televisión 2) Jugar a fuera de la casa 3) Otros

9.- Cuando llegas de la escuela, ¿Ves televisión mientras comes?

- 1) Si 2) No 3) A veces

Ejemplo de entrevista al especialista del tema.

Nombre:

Profesión:

¿Cuál es la edad en los niños donde se presenta más obesidad?

¿Qué opina sobre la publicidad de la comida chatarra?

¿Qué tan importante es que los papás estén informados del valor nutricional en los niños?

¿Cuántos padres de familia traen a sus niños a consultar por problemas de obesidad?

¿Es más común ver a un varón o una niña?

¿Aproximadamente qué porcentaje de niños lleva una vida sedentaria?

Referencias

- Alianza por tu Salud Alimentaria (2022).
<https://alianzasalud.org.mx/2022/03/mexico-ocupa-el-5o-lugar-de-obesidad-en-el-mundo>
- Anderson, H., Reyna, N., Beltrán, Y. H., Bermúdez, V., Chacín, M., Carrillo, S. & Martínez, M. (2019). Obesidad Infantil: Un problema de pequeños que se está volviendo grande. *Revista Latinoamericana de Hipertensión*, 14(5), 616-623.
<https://www.redalyc.org/journal/1702/170262877016/170262877016.pdf>
- Arcos, J. F. U., & Gómez, E. B. (2020). Relación entre la obesidad infantil y el tiempo de exposición a pantallas electrónicas. *Medicina*, 42(3), 394-402.
<https://www.revistamedicina.net/index.php/Medicina/article/view/1536/1953>
- Aristegui Noticias, (2014). <https://aristeguinoticias.com/1507/mexico/horario-restringido-para-comerciales-de-comida-chatarra/>
- Aristegui Noticias, (2022). <https://aristeguinoticias.com/0403/mexico/mexico-ocupa-el-quinto-lugar-de-obesidad-en-el-mundo/>
- Carías, A., Naira, D., & Simons, P. (2020). Consumo de comida chatarra en escolares. *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*, 40(2), 32-38.
<https://revista.nutricion.org/index.php/ncdh/article/view/32/24>
- Castillo La Torre, M. G. (2020). Características de pacientes pediátricos con diagnóstico de obesidad en el Hospital Regional Lambayeque-Año 2018.
https://repositorio.udch.edu.pe:8443/bitstream/UDCH/672/1/T044_72351893_T.pdf
- Gobierno del estado de Nuevo León. <https://www.nl.gob.mx/boletines-comunicados-y-avisos/alertan-por-altos-indices-de-sobrepeso-y-obesidad-en-ninos#:~:text=En%20Nuevo%20Le%C3%B3n%2C%203%20de,y%2019%20a%C3%B1os%20de%20edad.>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). Selección de la muestra. En *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). México: McGraw-Hill.
- INEGI, 2023.
<https://www.inegi.org.mx/app/indicadores/?t=15&ag=19039#D15#D6207019026#D6207019026>
- Ley General de Educación, (2022), Gaceta parlamentaria, 6140-IV.
<http://gaceta.diputados.gob.mx/PDF/65/2022/oct/20221025-IV.pdf#page=2>
- Luna, B. S. C., Ruiz, E. J. C., & Bosques, L. E. (2019). Aesthetic ideals, body image, eating attitudes and behaviors in men with different sexual orientation/Ideales estéticos, imagen corporal, actitudes y conductas alimentarias en hombres con diferente orientación sexual. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios/Mexican Journal of Eating*

- Disorders*, 10(1), 66-74.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6792936>
- Medrano Velasquez, B. P. (2021). Consumo de comida chatarra según el estar en época de exámenes en estudiantes universitarios de cinco países en Latinoamérica.
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9154/4/IV_FCS_502_TE_Medrano_Velasquez_2021.pdf
- Navarrete, J. M. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. *Investigaciones sociales*, 4(5), 165-180.
<file:///C:/Users/57319/Downloads/6062.pdf>
- Organización Mundial de la Salud (OMS), 9 de junio de 2021.
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
- Payan Riascos, A y Hernández Valencia, D. (2020). *Diseño de una secuencia didáctica para el abordaje del problema socio- científico del consumo de comida chatarra y sus efectos en la población escolar*. Universidad del Valle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/19953>
- Perea Poquis, W. P. (2021). Análisis de una publicidad televisiva en el comportamiento del consumidor de una entidad financiera, caso de un barrio limeño 2019”.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76237/Perea_RWP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez Álvarez, T. E. (2019). *Representaciones de las mujeres en la publicidad televisiva como una impronta de violencia simbólica en México: estudio de una muestra y propuesta*.
https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2019/hdl_10803_666862/tepa1de1.pdf
- Pérez-Herrera, A., & Cruz-López, M. (2019). Situación actual de la obesidad infantil en México. *Nutrición hospitalaria*, 36(2), 463-469.
<https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v36n2/1699-5198-nh-36-02-00463.pdf>
- Quispe Kantuta, J. E., & Mendoza Villanueva, W. T. *Reducción del consumo de comida chatarra en la Comunidad Educativa Virgen de Copacabana D-8 de la Ciudad de El Alto* (Doctoral dissertation).
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/23317/CS.ED.-1271.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez Ponce, D., & López de Ayala, M. C. (2019). La publicidad televisiva dirigida a menores en España: Seguimiento del Código PAOS.
https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/143365/La_publicidad_televisiva_dirigida_a_meno.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Stuardo Álvarez, M., Nazar Carter, G., Maldonado Rojas, C., Mella Norambuena, J., Meza Rodríguez, D., & Sáez Delgado, F. (2022). Intervenciones en obesidad infantil. Una revisión sistemática de la literatura.
<http://repositoriodigital.ucsc.cl/bitstream/handle/25022009/2999/Intervenciones%20in%20child%20obesity.%20A%20systematic%20review%20of%20>

[0the%20literature%20Hacia%20la%20Promocion%20de%20la%20Salud.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)