

PRÁCTICAS ALIMENTARIAS Y SIGNIFICADOS DE ALIMENTOS LIGHT DE FAMILIAS DE UN SECTOR URBANO DE BOGOTÁ

FEEDING PRACTICES AND MEANINGS OF LIGHT FOODS IN FAMILIES OF A BOGOTA URBAN SECTOR

Carolina Garzón Medina
Idaly Barreto

Konrad Lorenz Fundación Universitaria, Colombia

RESUMEN

Palabras clave:

familia, alimentación,
consumo light, socialización,
comensalidad, prácticas de
consumo, preferencias de
consumo, comidas preferidas

El objetivo de esta investigación fue identificar las prácticas alimentarias y significados de alimentos light de familias de un sector urbano de Bogotá. Para ello se realizó un estudio descriptivo con la participación de 110 personas pertenecientes a 40 familias. Se elaboró una encuesta con preguntas abiertas y cerradas que indagaba por aspectos demográficos, procesos de socialización alimentaria, prácticas alimentarias y consumo de alimentos light. Los principales resultados muestran que la alimentación es un espacio para compartir en familia donde la mamá es el eje central de la socialización del consumo alimentario y de inicio a la comensalidad. El alimento light lo definen las familias simbólicamente como nutriente y lo relacionan con lo dietético y lo ligero, con el placer de no contraer deuda de gordura. El significado funcional como medicina por su asociación con una mejor digestión, el aumento de las defensas naturales del cuerpo humano y un mejor estado de salud que orientan y fomentan prácticas de alimentación saludable.

Recibido. Septiembre 12 - 2012

Aceptado. Junio 5 - 2013

ABSTRACT

Keywords:

family, feeding, light food consumption, socialization, commensality, consumption practices, consumer preferences, food preferences

This research aimed to identify dietary practices and the meanings of light foods in urban families in Bogotá. This descriptive study was conducted with the participation of 110 persons belonging to 40 families. A survey was developed with open-ended questions which asked for demographic, socialization processes regarding food, food practices and light food consumption. The main results show that food is a space to share with family where mom is the backbone of the socialization of home food consumption and commensality. Light foods are defined by families symbolically as a nutrient, and they relate with diets and keeping a light weight, thereby with the pleasure of not becoming fat. Light foods also have a functional significance as medicines, due to their association with better digestion, increasing the body's natural defenses and better health status to guide and encourage healthy eating practices.

La Organización Panamericana de la Salud (2010) y el Ministerio de Protección Social (2008), identifican la cardiopatía isquémica del corazón (263.7 tasa para Colombia frente a 57.0 América Latina y el Caribe), las enfermedades del aparato circulatorio (132.2 tasa para Colombia frente a 177.1 América Latina y el Caribe), el sobrepeso y la obesidad (32.3 tasa para Colombia) y la diabetes (66.7 tasa para Colombia frente a 34.8 tasa América Latina y el Caribe) como la segunda causa de morbi-mortalidad en la población infantil, joven y adulta tanto en América Latina y El Caribe, como en Colombia. Estas cifras, en el caso colombiano, ratifican la pertinencia de la ley 1355 de 2009 “por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a ésta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención” (p. 1).

Una de esas medidas de control que favorece al consumidor de alimentos se encuentra en la Resolución 333 de febrero 10 de 2011 “por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para el consumo humano” (p. 1) y que en el artículo 19, numeral 19.2 permite el término “light” para aquellos alimentos que cumplan las siguientes condiciones: (a) si el 50 % o más de las calorías totales provienen de la grasa, la grasa debe ser reducida por lo menos en un 50% por porción declarada en la etiqueta,

comparado con el alimento de referencia; (b) si el 50% o menos de las calorías del alimento provienen de la grasa, (c) el contenido de grasa total es reducido en 50% o más por porción declarada en la etiqueta, comparado con el alimento de referencia, y d) las calorías deben ser reducidas al menos un 33% por porción declarada en la etiqueta, comparado con el alimento de referencia. En el caso de mezclas endulzantes elaboradas con azúcar y edulcorantes no calóricos o sustitutos de azúcar, se permite el término “Light” siempre y cuando la porción declarada en la etiqueta tenga un poder edulcorante similar al del azúcar y sea inferior al 50% de la cantidad de referencia establecida en el anexo del presente reglamento. En estos casos el fabricante debe indicar en la etiqueta que el término “Light” corresponde a la forma de uso o consumo habitual del producto (p. 25).

Esta disposición indudablemente es un aporte informacional para las familias de consumidores que en los últimos años han orientado sus prácticas de alimentación al consumo de productos light, alimentos saludables, ligeros o livianos en grasas, como estrategia para conservar su vida, su salud y su supervivencia promoviendo la cultura de la dieta, concepto que Perez-Perez y Lalaueza (1989) consideran se aplica “al conocimiento de la importancia relativa de cada recurso alimentario ingerido por término medio por un individuo o una población” (p. 42). Según Hernández y Sastre (1999), la dieta equilibrada en el marco de la salud

familiar, es un término surgido de la preocupación por prevenir el desarrollo de enfermedades carenciales. Por lo anterior, el consumo de fibras se ha convertido en la base del buen funcionamiento digestivo, a nivel cardiovascular y metabólico para el cuerpo humano; nutricionistas, médicos y hasta la misma antropología médica lo recomiendan, todos ellos contribuyendo de manera sistémica en la salud humana.

La dieta está asociada con el estilo de vida, con el nivel socio económico en que se encuentre ubicada la familia y las representaciones sociales que se construyen sobre la base de la experiencia de la misma; de acuerdo con el estudio que realizó Aguirre (2005) sobre las estrategias de consumo de las familias argentinas, a la comida se asocia todo un entramado de sabiduría nutricional, teniendo en cuenta el contexto y la clase social. La autora encontró que de acuerdo a las condiciones en que las familias desarrollan su vida, hay nuevas ideas o visiones de la realidad de los alimentos; es así como para las familias que pertenecen a sectores bajos o populares la dieta está relacionada con cuerpos fuertes, alimentos rendidores y comensalidad colectiva, para las familias que pertenecen a sectores económicos medios, la dieta está relacionada con cuerpos lindos, alimentos ricos y comensalidad familiar y para las familias que pertenecen a sectores económicos medio-alto la dieta está relacionada con cuerpos sanos, alimentos light y comensalidad individual.

En este orden de ideas, la familia se constituye en una de las principales realidades sociales construidas; en el motor principal de acceso al mundo social (Berger & Luckman, 2003) y ha sido identificada durante mucho tiempo como el agente de socialización primaria y los grupos de referencia como el principal agente socialización secundaria. En el caso de las prácticas alimentarias, Morales (2005) argumenta que los grupos de referencia ejercen influencia sobre la compra de productos alimenticios dado que la percepción del grupo, el riesgo asociado con el producto y la necesidad individual de aprobación social, son aspectos claves para comprender que cuanto más atractivo es un producto para el sujeto hacia el grupo, existirá mayor cohesión; es así

como el gusto por la comida vegetariana entre los adolescentes, los riesgos que ello implica desde un punto de vista funcional, psicológico o social, como el que sea más caro, pero ayude a mejorar la digestión o la condición física, ayudará desde luego a fortalecer la identidad y la autoestima.

El papel de la familia como grupo primario, por tanto, es fundamental en el aprendizaje de hábitos, costumbres, normas y valores, donde la alimentación es un mediador por excelencia dentro de las prácticas de socialización (Cortés Moreno & Avilés Flores, 2011). Estas prácticas de alimentación en el seno de la familia también denominadas comensalidad -forma cómo los alimentos se comparten-, son de gran importancia no solo por el hecho simple de lo que simboliza la nutrición, sino por todos los significados sociales que se construyen en torno a este acto, ya que se convierte en un hecho de reproducción tanto física como social para los individuos y los grupos (I. De Garine, 1995; Giddens & Turner, 1995).

Consumo familiar de alimentos light

Se entiende por consumidor de alimentos light al sujeto que invierte parte de sus ingresos en bienes y servicios simbólicos, Bourdieu (2002) lo denominó “nuevos intermediarios culturales” ya que se dedican a la producción y difusión de imaginaria e información de la cultura de consumo light: en este sentido todo alimento es simbólico, pues lo que cada uno elige para comer es la manera concreta en que la realidad se descubre y se deja poseer, el gusto que nos causa un alimento revela el proyecto vital por parte del sujeto y las referencias más amplias que mantiene con el mundo. Así, el “comer light” se redescubre como un proyecto existencial, una creciente valorización de la estética, cuya búsqueda concreta está cargada de emociones y nuevas experiencias.

Para Featherstone (2000) el consumidor de alimentos light es el sujeto que preocupado por su alimentación, consume productos ligeros, reducidos en calorías, bajos en grasas, con contenido energizante y saludable. Se trata de consumidores que conocen la composición de

los alimentos y por tal motivo seleccionan con rigurosidad aquello que ingieren manejando un vocabulario propio del ámbito medicinal. El alimento light ya no es un nutriente, sino una medicina (Featherstone, 2000). Se trata, entonces, de nuevos “conocedores” del cuerpo humano que dedican tiempo y recursos a su bienestar y despliegan toda una simbología de la prevención en pro de una mejor calidad de vida.

De acuerdo con lo anterior, el objetivo principal de esta investigación fue identificar las prácticas alimentarias y significados que sobre los alimentos light tienen familias de un Sector Urbano de Bogotá.

Método

Participantes y muestreo

Esta investigación se realizó en un sector urbano de Bogotá en el año 2009. Para la selección de la muestra se realizó un muestreo no probabilístico de tipo intencional (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) teniendo en cuenta como criterios de inclusión pertenecer a familias nucleares, monoparentales, extensas y/o recompuestas con hijos adolescentes. Se aplicaron 110 encuestas a miembros de 40 familias. El 71% de las personas encuestadas se ubican dentro del tipo de familia nuclear, el 15.3% pertenece al tipo de familia extensa, el 8% y 5% a familia recompuesta y monoparental, respectivamente. Según el rol en la familia, el 36% asumen el rol de mamá, 17% el rol de papá, 23% y 22% asumen el rol de hija e hijo, respectivamente. El 49% de los padres encuestados se encuentran en estado civil casado, el 44% en unión libre y el 3% y 2% corresponden a estado civil separado y viudo. El 15% tiene nivel educativo bachillerato, el 15% nivel educativo técnico, el 9% primaria y 9% postgrado, el 23% padres de familia son empleados y el 17% trabaja como independiente. El número de hijos promedio en la familia oscila entre dos y tres hijos y el número de personas en la familia entre cuatro y cinco. Con respecto al ingreso promedio de las familias, el 47% tienen ingresos inferiores a un millón de pesos (menos de 530 dólares mensuales), el 38% tiene ingresos entre uno y dos millones de pesos (entre

530 y 1060 dólares) y el 9% entre tres y cuatro millones de pesos (entre 1590 y 2120 dólares).

Procedimiento

Se validó la encuesta mediante la modalidad de jueces expertos (Padilla & García, 2007) considerando aspectos como coherencia, relevancia y sintaxis-semántica de cada una de las preguntas. Posteriormente, se realizó el acercamiento a las familias que cumplieran con los criterios de inclusión y que de manera voluntaria desearan participar en el estudio, firmando antes de la administración de la encuesta un formato de consentimiento informado.

Instrumento

Se elaboró una encuesta con preguntas abiertas y cerradas que indagaba por aspectos demográficos, procesos de socialización alimentaria, prácticas alimentarias y alimentos light (ver tabla 1).

Análisis de los datos

El análisis de datos se realizó desde la perspectiva de Análisis Estadístico de Datos Textuales (AEDT). En primera instancia, se realizó el recuento de frecuencias de las palabras más mencionadas por los participantes y se revisaron las concordancias (contexto anterior y posterior a las palabras) para la interpretación de las mismas. En segunda instancia se analizaron los datos con el método de las especificidades para identificar las palabras más características según las variables de análisis (Lebart, Salem & Becué, 2000). Se utilizó el software SPAD versión 7.4.

Resultados

Conceptos de familia y alimentación

En la tabla 2 se listan las palabras con mayor frecuencia de aparición reportadas por los participantes cuando se les pregunta a las familias sobre las actividades cotidianas y el significado que tiene la alimentación para la vida y los integrantes de la misma. En contexto,

Tabla 1
Definición de las variables de la encuesta

Variable	Definición	Nivel de Medición
Tipo de familia	Estructura interna de la familia a partir de la cual se determinan roles y prácticas de crianza de los hijos/as en su ejercicio parental o maternal (Hernández & Sastre, 1999).	Nominal
Escolaridad	Periodo de tiempo que dura la estancia de una persona en una escuela o universidad para estudiar y recibir la enseñanza adecuada Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe, 2004).	Ordinal
Ingresos	Suma de todos los sueldos, salarios, ganancias, pagos de interés, alquiler, transferencias y otras formas de ingreso de una familia en un período determinado (García-Herrera, Torrejon, Alonso & Del Blanco, 2010).	Ordinal
Socialización Primaria	Es la abstracción progresiva que va de los roles y aptitudes de otros específicos a los roles y aptitudes en general (Berger & Luckman, 2003).	Textual
Socialización Secundaria	Son los grupos sociales de pertenencia y de referencia (amigos, vecinos, medios publicitarios) que juegan un papel clave en la estructuración del pensamiento formal y en la definición de la personalidad del adolescente (Morales, 2005).	Textual
Cultura de la Dieta	Determina el patrón de subsistencia temporal y espacial de un colectivo humano, asociado con creencias y rutinas de alimentación (Aguirre, 2007).	Nominal
Alimentación	Son los tipos de alimentos que se comparten en la mesa, la mezcla de olores, sabores y texturas, de la que se componen estos (I. De Garine & De Garine, 1984).	Textual
Comensalidad	Forma de compartir los alimentos. Es un hecho de reproducción no solo física, sino social, de los individuos y de los grupos, a través del cual se permite el acceso y aprendizaje de pautas de comportamiento y costumbres (I. De Garine & De Garine, 1984).	Textual

Fuente: Elaboración propia.

estas palabras expresan una asociación entre la alimentación y salud, ya que es importante para los miembros de la familia “sobrevivir” y tener “energía”. Para la familia la alimentación es el sinónimo de “compartir”, ya que allí se adquieren “valores” y el preparar los alimentos con “amor” se convierte en una base importante

Tabla 2
Palabras asociadas al significado de alimentación para la familia

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
Bien	41	Vivir	17	Todos	13
Compartir	39	Dialogo	16	Comer	12
Salud	39	Sobrevivir	15	Valores	11
Amor	38	Energía	14	Familia	10
Unión	35	Respeto	14		

del desarrollo de sus integrantes, pues fortalecen aspectos como “la unión, el dialogar, el respetarse y estar todos juntos”.

En los contextos de socialización primaria y secundaria las familias reportan compartir actividades que están asociadas con ver “televisión, almorzar, descansar”, “ir a misa” e “ir al parque”; para los miembros de la familia es común dentro de la rutina de lunes a viernes hacer las “tareas” con los “hijos, desayunar, estudiar y/o trabajar”. Los padres, en especial la mamá, han sido importantes en el consumo de “frutas y verduras”. Entre los alimentos de mayor agrado en la infancia se encuentran el consumo de “pollo y carne” mientras que en la adolescencia se reporta la preferencia por “hamburguesas, frutas y fritos”, en espacios como “el colegio o en cumpleaños”, así mismo el “yogurt” de marca “alpina”, es el de mayor reconocimiento y recordación entre los medios de comunicación, por lo que para la mayoría de adolescentes ha marcado y guía su alimentación diaria. Para los adolescentes la frase “dime que comes y te diré quién eres” está asociado con el cuidado del “cuerpo”, lo que refleja la importancia que adquiere el aspecto físico en esta etapa de la vida (tabla 3).

Prácticas y preferencias alimentarias en la familia

La tabla 4 presenta las palabras asociadas con la comensalidad y la cultura de la dieta. Para los integrantes de la familia el compartir la comida representa “unión”, siendo un espacio

Tabla 3
Palabras con las que se asocian los factores de socialización primaria y secundaria

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
Televisión	64	Trabajar	28	Casa	20
Tareas	41	Fritos	28	Hacer	19
Pollo	40	Colegio	27	Colegio	18
Frutas	37	Familia	26	Desayuno	17
Ver	35	Estudiar	25	Leche	17
Descanso	33	Alpina	25	Verduras	17
Papas	33	Cuerpo	25	Carne	16
Jugar	31	Cumpleaños	24	Hamburguesa	16
Salimos	30	Yogurt	22	Parque	15
Almuerzo	29	Misa	20	Arroz	15

para “compartir”. Por lo anterior, el comer dentro del hogar es sinónimo de comer “sano” porque la mamá prepara con “amor la comida”. Un criterio de comensalidad importante en la organización de los alimentos, es que a todos se les sirve por igual en el momento de comer. En lo que refiere a la cultura de la dieta, las familias expresan que en el desayuno no puede faltar “el pan, el chocolate, los huevos y el caldo”. En almuerzo es imprescindible el “arroz, la carne o el pollo, la papa, las verduras y el jugo”. Un aspecto de mucha notoriedad en la cena es que habitualmente se come de lo “mismo del almuerzo”. Los adolescentes reportan que “comen menos verduras” que los adultos y los adultos “comen más” que los hijos. Algunos de los criterios que tienen en cuenta los integrantes de la familia a la hora de comprar los productos alimenticios están asociados con la “fecha de vencimiento y la calidad” de la marca.

En los aspectos relacionados con la cultura de la dieta, el 55% afirman llevar a cabo algún tipo de dieta y el 59% manifiesta consumir productos light. Entre las dietas que más se practican se encuentra las bajas en grasa (34%) seguida por las bajas en calorías (10%). El 26% afirman que la dieta está orientada por un médico, el 15% afirman que la dieta está orientada por una nutricionista y un 6% restante por amigos.

Las familias expresan que el consumo de alimentos light dentro de la cultura de la dieta se caracteriza por productos “bajos en calorías y en grasas” que tienen como beneficio principal “mejorar la digestión”. Entre los productos de mayor consumo se reporta el azúcar “light y la leche deslactosada” (tabla 4).

Tabla 4
Palabras con las que se asocia la comensalidad y la cultura de la dieta

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
Arroz	209	Café	41	Adultos	27
Carne	126	Grasas	43	Amor	26
Pollo	116	Calorías	41	Pasta	26
Pan	111	Ensalada	40	Calidad	26
Verduras	100	Fecha	40	Alpina	25
Jugo	78	Vencimiento	40	Hijos	23
Chocolate	76	Todos	39	Alquería	22
Huevos	74	Precio	36	Yogurt	22
Papa	65	Igual	34	Mejorar	22
Azúcar	57	Papa	33	Deslactosada	20
Mi	56	Light	33	Comemos	19
Fruta	54	Primero	32	Compartir	18
Bajo	47	Leche	31	Sano	18
Unión	43	Caldo	28	Digestión	18
Sirve	41	Sopa	28	Chocoline	15

Prácticas saludables y consumo de alimentos light

Las familias asocian con alimentación saludable el consumo de “verduras, frutas y agua”, alimentación “baja en grasas y en azúcares”, por tanto, “balanceada” y que permita “el cuidado de la salud”. Entre los alimentos saludables que se consumen para prevenir enfermedades está el “jugo de naranja con kola granulada” para mejorar las “defensas y el agua de apio para mejorar la “digestión y el estreñimiento”. Con respecto al consumo de infusiones aromáticas, la infusión de “hierbabuena y si-drón”, así como el “té de Jamaica” son las que

más se mencionan y su uso es medicinal para mejorar el “dolor de estómago”, subir las “calorías” o mejorar la “digestión”. En lo referente al consumo de productos deslactosados, las palabras asociadas con el consumo de “leche deslactosada” son: “alquería y alpina”, ya que son las marcas de mayor preferencia; de igual manera con respecto al consumo de “yogurt” se asocia “Regeneris de Alpina, Finesse de Alpina y Activia de Danone”. Frente al consumo de quesos, las familias prefieren aquellos que son “semidescremado de marca Alpina”. Todos estos asociados con beneficios en términos de la “salud” para ayudar a mejorar la “digestión”.

La tabla 5 muestra el análisis de especificidades en el que se identifican las palabras más características asociadas al consumo de alimentos light en familia. Para las familias el consumo de alimentos light “comer balanceado y a sus horas se refleja en un cuerpo armonioso y en una mente equilibrada”. Es así como una alimentación “ligera, baja en calorías”, pero que adicional a esto “calme el hambre, sea rica y no permita engordar”, desde el punto de vista **simbólico** es la clave para conservar el “cuerpo”. Por el contrario, desde el punto de vista **funcional**, el consumo de productos light se caracteriza por los “productos deslactosados, los alimentos naturales como infusiones aromáticas que se asocian con una mejor digestión, que reduzcan el colesterol, proporcionen equilibrio y salud”, y son la clave para mantener un adecuado funcionamiento digestivo y evitar el “dolor de estómago”. Estos resultados se validan con el análisis de correspondencias donde la representación sobre el primer plano factorial conserva un 29.91% de la varianza de los dos primeros ejes (figura 1). El eje 1 se denomina “prácticas de consumo” porque reúne expresiones y características sociodemográficas de las familias en lo que se refiere a sus preferencias y significados con la alimentación. En este factor se identifican dos clases de consumidores. El primero se caracteriza por un consumo de productos light con énfasis en una dieta saludable baja en calorías y grasas (cuadrante superior e inferior izquierdo). El segundo, se define como una dieta tradicional en la que se consumen proteínas, verduras y

Tabla 5

Palabras con las que se asocia el consumo de alimentos saludables

Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia	Palabras	Frecuencia
Hierba-buena	124	Mantequilla	26	Salud	14
Alpina	99	Calorías	24	Activia	14
Alquería	98	Manzanilla	24	Finesse	14
Estomago	80	Jamaica	24	Semidescremado	12
Dolor	74	Te	22	Alimentación	11
Digestión	64	Mejorar	20	Balanceada	11
Regeneris	54	Grasas	18	Granulada	11
Apio	40	Digestión	16	Naranja	11
Verduras	31	Flor	16	Kola	11
Frutas	28	Alpina	15	Bajo	9
Sidron	28	Agua	14	Defensas	8

Tabla 6.

Especificidades orientación del consumo light en familia

Palabra	Simbólico		Funcional		
	FT	FP	FT	FP	
Marca	123	30	Digestión	97	26
Calorías	66	25	Salud	148	58
Agradable	64	32	Deslactosado	83	42
Rico	56	18	Regeneris	62	21
Engordar	45	13	Dolor de estomago	70	35
Cuerpo	35	18	Apio	35	24
Energía	30	7	Hierbabuena	48	24
Dietético	20	8	Colesterol	38	18
Ligero	27	8	Enfermo	18	9
Alimento	15	6	Mejorar	22	18
Hambre	10	7	Equilibrio	13	10

Nota: El FT hace referencia a las Frecuencias Totales de palabras que aparecen asociadas al corpus y la FP hace referencia a las Frecuencias Parciales de palabras que aparecen asociadas al corpus de la variable nominal consumo light.

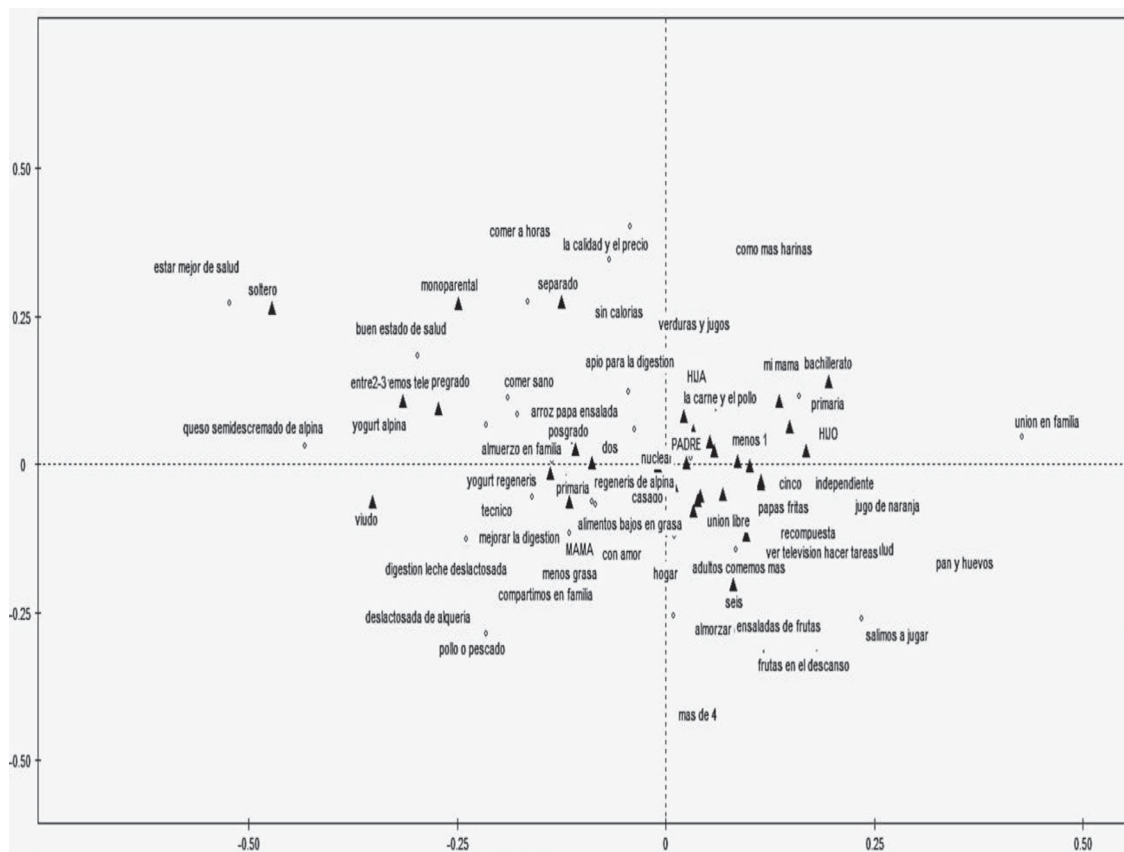


Figura 1. Plano Factorial relacionado con las prácticas de consumo alimentario.

frutas (cuadrante superior e inferior derecho). El factor 2, se denomina “socialización alimentaria” porque diferencia dos grupos de consumidores principalmente según la etapa alimentaria en la que se encuentran. En los cuadrantes inferior izquierdo y derecho se identifica un grupo infantil que se preocupa por tener una dieta saludable, baja en grasas y digestiva que incluye alimentos específicos que usualmente son incluidos en al lonchera. El otro grupo es adulto y se preocupa por tener una dieta saludable, baja en calorías y digestiva que incluye alimentos de las comidas principales.

Discusión

La alimentación es importante para las personas porque permite la sobrevivencia, es una fuente necesaria de energía que se refleja directamente en el estado de salud. Comer para las familias estudiadas es sinónimo de bienestar y

equilibrio. La alimentación se inicia usualmente en el contexto familiar donde se aprenden normas, roles, habilidades y valores (Berger & Luckman, 2003) y se establecen prácticas de comensalidad que crean rutinas alimentarias donde la mamá tiene un papel principal. Mc Cormick, Lacaze y Pereyra (2005) en un estudio realizado en Buenos Aires - Argentina también identificaron el papel principal de la mujer en el inicio de la comensalidad familiar debido a que se encuentra presente más que el hombre en los diferentes espacios de la ingesta de la comida. Garrote (2003) destaca el papel de la mujer como dadora de los alimentos en las prácticas de comensalidad en la investigación sobre redes alimentarias y nutrición infantil y presenta el rol del hombre como proveedor, varón y jefe, a quien se le sirve la mayor porción de alimentos. La familia, por tanto, es clave como unidad de toma de decisiones, donde el niño aprende a comer saludablemente observando a sus padres

y hermanos; en la experiencia de comer los alimentos en el seno de la familia, hay saberes, sentires, afectos y recuerdos que dinamizan el comportamiento alimentario.

Los adultos son el referente de construcción de la realidad subjetiva y de acuerdo con lo que propone Bruner (2002), padres, abuelos y medios de comunicación constituyen la fuente primaria de internalización, ya que en este proceso el niño adquiere no solo nuevos conocimientos, sino nuevos modos de conducta. Así frases como "... nuestros padres siempre se destacaban porque hubiese comida en el hogar", "...mis padres me enseñaron que es mejor preparar los alimentos en casa", "... nos enseñaron a comer sano... balancear los alimentos" "... a veces voy hacer mercado con ella... me enseña a verificar la fecha de vencimiento y el precio", o "... comían muchas harinas y se preparan muchos fritos... no fue el mejor ejemplo", "... la experiencia de aprender a comer fue desagradable en mi caso me obligaron a comer sopa de maíz como castigo el pollo" son formas de cómo el adulto modela la conducta por medio de la observación, instrucciones y órdenes, a partir de la cual el propio niño aprende a formular sus propios deseos e intenciones.

El papel del adulto en la orientación del consumo de alimentos durante la infancia se complementa con los grupos sociales de referencia que ejercen influencia en la definición del pensamiento formal en el adolescente. En la socialización secundaria, el grupo de referencia según Morales (2005) sirve para designar el origen de los objetivos y aspiraciones de una persona. De acuerdo con los datos de esta investigación, para los hijos adolescentes es de predilección el consumo de comida "chatarra" con los amigos, en espacios como el colegio y el descanso en el intermedio de clases o en reuniones sociales, cumpleaños y fiestas especiales. Para Morales (2005), las vinculaciones afectivas y asociaciones que establecen los adolescentes con la marca, en un espacio de socialización, con un grupo de referencia y un tiempo determinado, son trascendentales en la construcción del yo y el proceso de definición de la identidad (Padrón & Barreto, 2011). Según Aguirre (2005) comer se constituye en una práctica cotidiana que más allá

de ser una necesidad biológica se convierte en hecho social donde la mesa familiar o la comida institucional puede estar compuesta por el menú pero la situación social y su significación para la vida de las personas cambia radicalmente el evento alimentario (I. De Garine, 1995). Es así como las familias participantes de este estudio reportan que el comer permite "... hablar de varios temas" y "... mejorar la comunicación".

No obstante, la comensalidad hogareña está cuestionada porque el horario de los integrantes de la familia es continuo y las distancias urbanas hacen que muy difícilmente se pueda volver a la casa para alimentarse. Sin embargo, para las familias que participaron en este estudio las prácticas alimentarias son un espacio de transmisión de normas, reglas, valores y la base para establecer hábitos nutricionales adecuados. De acuerdo con Gracia (1988), la salud es la condición más apreciada para la mayoría de las personas, esto desde luego se encuentra vinculado con la calidad del medio ambiente, del medio social y familiar; la familia como agente social primario en este sentido aporta toda una serie de saberes nutricionales donde el consumo de alimentos light se ha convertido en una pauta alimentaria.

El consumo de la fibra, por ejemplo, se ha convertido en un componente indispensable en el consumo familiar de alimentos light. Según Hernández y Sastre (1999), por muchos años se asoció el consumo de fibra dietéticas para el mejoramiento de tracto digestivo pero actualmente se conoce que las fibras solubles facilitan la absorción de grasas y un mejor funcionamiento de las vías circulatorias, como es el caso de las frutas, las legumbres y algunas hortalizas, así mismo las fibras insolubles derivadas de los cereales integrales, las semillas y frutos secos, permiten un mejor funcionamiento de las vías digestivas en el incremento de la flora bacteriana. Al respecto Aranceta (2001) recomienda que toda dieta equilibrada que se practique deba contener unos objetivos nutricionales claves, donde la fibra dietética genera un balance significativo en términos de salud y equilibrio familiar. Por lo anterior la mezcla de saberes nutricionales asociados al consumo de fibras dietéticas y la producción de alimentos light de

manera industrial involucran significados que en el marco de esta investigación se divide en dos clases: simbólico y funcional.

Desde lo simbólico Bourdieu (2002) plantea que el comer light es un nuevo intermediario cultural que se redescubre como un proyecto existencial y con una creciente valorización de la estética. En este sentido, las familias expresan que los alimentos light "... son suaves y ligeros ya que ayudan a bajar de peso", "... tienen como beneficio el evitar engordar ya que son bajos en grasas", "... los consumo para calmar el hambre... están de moda", "... son algo nutritivo y de buena calidad". Se puede recomendar con los resultados de este estudio realizar nuevas investigaciones que profundicen en el significado simbólico de los alimentos light como nutriente, pues las asociaciones con la marca, con lo dietético, lo ligero, que calme el hambre y ayude bajar de peso llevan implícito un mensaje que según Rojas (2002) relaciona el consumo light con el placer de no contraer deuda de gordura.

Desde lo funcional, Featherstone (2000) plantea que las personas conocedoras de su cuerpo dedican parte de su tiempo en pro de una mejor calidad de vida. En este sentido, los participantes expresan: "... lo consumo porque me ayudan a mejorar la digestión", "...son bajos en grasas y me han ayudado a reducir el colesterol", "... son balanceados y tenemos mejor salud". Por lo anterior, se recomienda estudiar el significado funcional de los alimentos light como medicina dado que estos productos han ganado posicionamiento por su asociación con una mejor digestión, el aumento de las defensas naturales del cuerpo humano y un mejor estado de salud que orientan y fomentan prácticas de alimentación saludable.

Estas futuras investigaciones propuestas permitirán profundizar en los significados asociados a prácticas alimentarias y consumo de alimentos light de familias en contextos tanto rurales como urbanos con dos focos de análisis específico, simbólico y funcional. Se recomienda tener una muestra más extensa que este estudio, que se limita a un sector urbano de la ciudad de Bogotá, para comparar los significados en distintas regiones del país. Adicionalmente, que además

de estudiar el papel de la familia en los procesos de socialización del consumo de alimentos, se indague de manera más detallada el papel de los medios de comunicación y las empresas para identificar si la información que se transmite a los consumidores realmente cumple con la normativa, pues como se identificó en este estudio, con el eslogan "bajos en grasas y en calorías", las industrias se ha apalancado para mostrar sus bondades y beneficios de productos que desde los significados de la sabiduría nutricional familiar se espera beneficien el cuidado de la salud.

Referencias

- Aranceta, J. (2001). *Alimentos funcionales y salud en la etapa infantil y juvenil*. Bogotá: Editorial Médica Panamericana.
- Aguirre, P. (2005). *Estrategias de consumo: qué comen los argentinos, que comen. Estrategias domésticas de consumo*. Buenos Aires: Miño Dávila.
- Aguirre, P. (2007). *Hablando sobre gustos, cuerpos, mercados y genes*. Trabajo presentado en el Quinto Congreso Internacional de Cardiología por Internet. Buenos Aires, Argentina. Resumen recuperado de <http://www.fac.org.ar/qcvc/llave/c027e/aguirrep.php>
- Berger, P., & Luckmann, T. (2003). *La Construcción Social de la Realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Bourdieu, P. (2002). *La Distinción. Critique sociale du jugement*. [La distinción: Criterios y bases sociales del gusto]. Buenos Aires: Ediciones Taurus.
- Bruner, J. (2002). *Actos de significado: Más allá de la revolución cognitiva*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Cortés Moreno, A., & Avilés Flores, A. L. (2011). Factores demográficos, crianza e historia de salud: vinculación con la nutrición y el desarrollo infantil. *Universitas Psychologica*, 10(3), 789-802.
- De Garine, I. (1995). Los aspectos socioculturales de la educación. En J. Contreras (Ed.), *Alimentación y Cultura: necesidades, gustos y costumbres* (pp. 129-170). Barcelona: Universidad de Barcelona Servicio de Publicaciones.
- De Garine, I., & De Garine, V. (1984). *Antropología de la Alimentación. Entre Naturaleza y Cultura*. Recuperado de http://www.muvaet.com/userfiles/file/Ernaehrung_und_Kultur.pdf
- Featherstone, M. (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- García-Herrera, C., Torrejon, L., Alonso, D., & Blanco, A. (2010). Estudio comparado de los sistemas tributarios en América Latina. *Instituto de Estudios Fiscales Ministerio De Economía y Hacienda*. p.39. Recuperado de http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/fiscalidad_internacional/TributacionAmericaLatina.pdf
- Garrote, N. (2003). Redes alimentarias y nutrición infantil. Una reflexión acerca de la construcción de poder de las mujeres a través de las redes sociales y la protección nutricional de niños pequeños. *Cuadernos de Antropología Social*, 17, 117-137.
- Giddens, A., & Turner, J. (1995). *La Teoría Social Hoy*. Madrid: Alianza Universidad.

- Gracia, D. (1988). *Salud de la comunidad. Conceptos y evaluación*. México: Editorial Limusa.
- Hernández, R., Fernández, E., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández, M., & Sastre, A. (1999). *Tratado de Nutrición*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de http://books.google.com.co/books?pid=SQLNJOsZCIwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Lebart, L., Salem, A., & Bécue, M. (2000). *Análisis estadístico de datos y textos*. Madrid: Milenio.
- Ley 1355 (2009). Por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a ésta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención. *Diario Oficial*. Colombia: Congreso de la República.
- Mc Cormick, M., Lacaze, M., & Pereyra, A. (2005). Características de los hogares y hábitos alimentarios en Buenos Aires y sus alrededores. *Cuadernos del Ceagro*, 1, 45-78.
- Ministerio de la Protección Social (2008). *Indicadores de Salud Pública*. Colombia. Recuperado de <http://www.minsalud.gov.co/salud/paginas/indicadoresbasicosp.aspx>
- Morales, V. (2005). *Aspectos Psicosociales del Joven Consumidor: Familia y Consumo*. En. I. E. Lázaro & C. Mayoral (Eds.), *Infancia, Publicidad y Consumo. III Jornadas sobre derechos de los menores* (pp. 109-138). Madrid: Universidad Pontificia Comillas. Recuperado de <http://books.google.co.ve/books?id=atpPF1DuBUcC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (2004). *La educación de niños con Talento en Iberoamérica*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001391/139179s.pdf>
- Organización Panamericana de la Salud. (2010). *Informe sobre situación de la salud en Colombia*. Recuperado de www.paho.org/col/index.php?option=com_docman&task.
- Padilla, J., & García, S. (2007). Evaluación de cuestionarios mediante procesos cognitivos. Universidad de Granada, España. *Avances en medición*, 5, 115-126.
- Padrón Mercado, C. & Barreto, I. (2011). Representaciones sociales asociadas al consumo hedónico de alimentos en restaurantes. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 43(3), 487-496.
- Perez-Perez, A., & Lalauza, C. (1989). Determinación de la dieta. Interpretación arqueológica. *Actas III Congreso de Arqueología Medieval Española. I. Ponencias* (pp. 42-42). Oviedo, España: Universidad de Oviedo. Recuperado de http://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=2diqqpbMeMC&oi=fnd&pg=PA42&dq=definici%C3%B3n+de+dieta&ots=vZrPdYQv7p&sig=GW3S8hZe_PDR-2oavHAVy4FpBVo#v=onepage&q&f=true
- Resolución 333. (2011). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano. Colombia: Ministerio de la Protección Social.
- Rojas, E. (2002). *El hombre Light*. Madrid: Editorial Planeta.

