

# El impacto de la publicidad en la alimentación de los niños puertorriqueños en su salud y estilo de vida y; su posible

## relación con la obesidad y sedentarismo

Paola Soto-Acevedo, Yameilis Ortiz-Jiménez y Gabriela Ramos-Martínez

Mentora: Dra. Elena Martínez Ibarra



### Problema

- El bombardeo de publicidad alimentaria dirigida a la población infantil puede estar relacionado a la mala alimentación y problemas de salud como obesidad y sobrepeso.
- El sedentarismo inhibe parcial o completamente toda actividad física al estar frente a instrumentos tecnológicos.

### Objetivos

- Identificar el instrumento tecnológico con más acceso a la publicidad de alimentos que utilizan los niños y con cuánta frecuencia lo usan.
- Saber con qué frecuencia y cuáles son las actividades preferidas que realizan los niños, vinculados a la publicidad de alimentos y el sedentarismo.
- Determinar cuál es el efecto de la publicidad de alimentos en la selección de comida por los niños.
- Conocer el impacto de la publicidad de alimentos en los niños, al tener que escoger entre un anuncio de comida saludable vs. uno con poco valor nutricional.
- Comparar si el comportamiento de los niños, respecto a la publicidad de alimentos en Puerto Rico, está acorde con la revisión de literatura.

### Justificación

Los resultados de esta investigación podrían beneficiar a las entidades gubernamentales orientadas a la salud y a los niños, a futuros investigadores y a padres o tutores. Facilitará desarrollar estrategias para contrarrestar el estilo de vida sedentario, regular el contacto del niño con la publicidad de alimentos y mejorar los patrones de consumo basado en alimentos poco nutritivos.

### Método

#### Muestra

- Nueve (9) niños puertorriqueños entre 7 a 11 años

#### Procedimiento

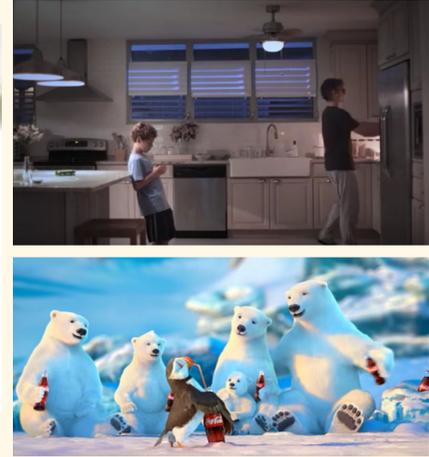
1. Hoja de consentimiento y asentimiento informado a padres o tutores y niños (CIPSHI #1516-209)
2. Cuestionario a padres o tutores
3. Grupo focal con los niños
4. Análisis de los datos

#### Instrumentos

- Cuestionario: datos demográficos, alimentación, salud y estilo de vida
- Cámara de vídeo
- Guía de preguntas para el grupo focal
- *Power Point* con publicidad (imágenes y videos)



Fuente: Google Images



Fuente: YouTube

### Resultados

- Todos los niños estaban expuestos a instrumentos tecnológicos. Los más mencionados eran la televisión y los teléfonos inteligentes.
- Horas diarias de uso de instrumentos tecnológicos con acceso a publicidad:
  - 6 niños - 2 a 3 horas
  - 3 niños - 4 horas o más
- Preferencia entre actividad física y sedentaria:
  - 5 niños - salir a jugar
  - 3 niños - ver programa favorito

#### Exposición a publicidad en vídeos e imágenes y selección de bebida



### Conclusiones

- La televisión es el instrumento tecnológico más utilizado por los niños.
- La mayoría de los niños tenían pasatiempos sedentarios, los cuales realizaban con bastante frecuencia, aunque preferían salir a jugar.
- La exposición a la publicidad logró que algunos niños cambiarán su respuesta luego de ver los vídeos e imágenes.
- Los resultados obtenidos respaldan varios estudios analizados. Sin embargo, algunos niños prefirieron las alternativas más saludables.

### Agradecimientos

A nuestra mentora Elena Martínez Ibarra por su interés y ayuda desde el inicio de la investigación; al equipo de iINAS por su disposición a ayudar siempre que fue necesario; a Radio Universidad por proveernos el equipo para la realización del grupo focal; a todos los participantes y a los que nos apoyaron en el proceso.

