

## HÁBITOS Y PERCEPCIONES SOBRE ALIMENTACIÓN Y CONSUMO DE ENDULZANTES EN POBLACIÓN UNIVERSITARIA.

HABITS AND PERCEPTIONS ABOUT FOOD AND CONSUMPTION OF SWEETENERS IN THE UNIVERSITY POPULATION.

Wallinger Marina Laura \*, Díaz Francisco Manuel \*, Cabello Emilio\*, Yedvab Mónica\*, Colombo María Elena\*, Guerrero Guillermina\*, Pisarra Florencia\*, Moreno Ana Verónica\*, Pelatelli Lucía\*.

\* Universidad Nacional de Lanús, Provincia de Buenos Aires, Argentina.

### RESUMEN

**Introducción:** El estilo, perfil y actitud sobre alimentación se encuentran en relación con dimensiones socio-culturales que condicionan el consumo de alimentos. **Objetivo:** Describir estilo, perfil, actitudes alimentarias y consumo de endulzantes en la Universidad Nacional de Lanús, y su relación con condiciones sociodemográficas. **Material y Método:** Se realizó un estudio descriptivo-transversal sobre una muestra no probabilística (n=236) de estudiantes, docentes-investigadores y no-docentes durante 2021, mediante un cuestionario autoadministrado, sobre estilo (omnívoro/vegetariano), perfil (innovador/no-innovador), actitudes (hedonista/restrictivo/consciente) alimentarias, hábitos de consumo y valoración por atributos de endulzantes. Se relacionaron dichas variables con condiciones sociodemográficas. Análisis descriptivo. **Resultados:** 46% fueron innovadores, con tendencia en mujeres, >25 años, y nivel socioeconómico medio-alto. El 45% fueron hedonistas, predominando <40 años y el nivel socioeconómico bajo, entre restrictivos (30%) mujeres y >40 años, y entre conscientes el nivel socioeconómico medio-alto. El consumo de azúcar (54%) predomina en nivel socioeconómico bajo y <25 años, y se identifica con atributos negativos. La Stevia presenta atributos vinculados con la salud, aunque su consumo es bajo (24%). **Conclusiones:** Se observa relación entre características sociodemográficas y perfil, actitud y estilo alimentario y de endulzantes. Las valoraciones sobre los mismos no se corresponden con los consumos, condicionados por hábitos, costos, entre otros.

**Palabras Clave:** Consumo-alimentario; endulzantes; condiciones-sociodemográficas.

### ABSTRACT

**Introduction:** The style, profile and attitude about food are related to socio-cultural dimensions that condition food consumption. **Objective:** To describe eating style, profile and attitudes and consumption of sweeteners at the Universidad Nacional de Lanús, and its relationship with sociodemographic conditions. **Material and method:** A descriptive-cross-sectional study was carried out on a non-probabilistic sample (n=236) of students, teacher-researchers and non-teachers during 2021, through a self-administered questionnaire, on style (omnivorous/vegetarian), profile (innovative /non-innovative), food attitudes (hedonistic/restrictive/conscious), consumption habits and evaluation by attributes of sweeteners. These variables were related to sociodemographic conditions. Descriptive analysis. **Results:** 46% were innovative, with a tendency towards women, >25 years old, and medium-high SES. 45% were hedonists, predominantly <40 years old and low SES, among restrictive (30%) women and >40 years old, and medium-high SES among conscientious. Sugar consumption (54%) predominates in low SES and <25 years, and is identified with negative attributes. Stevia has attributes linked to health, although its consumption is low (24%). **Conclusions:** A relationship is observed between sociodemographic characteristics and profile, attitude and eating style and sweeteners. The valuations on them do not correspond to the consumption, conditioned by habits, costs, others.

**Key words:** Food-consumption; sweeteners; sociodemographic-conditions.

Correspondencia: Marina Laura Wallinger [mlwallinger@gmail.com](mailto:mlwallinger@gmail.com)

Recibido: 01 de julio 2022, aceptado: 10 de noviembre 2022

©Autor2023



Citation: Wallinger M.L., Díaz F.M., Cabello E., Yedvab M., Colombo M.E., Guerrero G., Pisarra F., Moreno A.V., Pelatelli L. (2023) Hábitos y percepciones sobre alimentación y consumo de endulzantes en población universitaria. *Revista Salud Pública y Nutrición*, 22 (1), 19-28. <https://doi.org/10.29105/respyn22.1-697>

### **Significancia**

Las modificaciones en los estilos de vida, los sistemas productivos, el exceso de alimentos de pobre calidad nutricional y la transición epidemiológica-nutricional constituyen un escenario complejo, donde las prácticas y hábitos alimentarios quedan influenciados por diversos factores. Conocer estos factores y la interacción de los mismos es de interés para comprender la complejidad del acto alimentario. Por otro lado, muchos consumidores presentan interés sobre el impacto de sus consumos alimentarios en su salud y la del medio ambiente. El reemplazo del azúcar por un endulzante natural y ancestral resulta una opción interesante en este sentido.

### **Introducción**

En Argentina los problemas epidemiológicos actuales más frecuentes relacionados con la alimentación son el exceso de peso, sobrepeso, obesidad y enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), y presentan fuerte relevancia en relevamientos poblacionales oficiales. Según la 4ta. Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (ENFR) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), y la Secretaría de Salud de la Nación, el 66.1% de la población mayor a 18 años presenta exceso de peso, un 34% presenta hipertensión arterial y un 39% hipercolesterolemia (INDEC, 2019). En niños, niñas y adolescentes la prevalencia nacional de exceso de peso es del 41.1% entre los 5 y los 17 años según la 2da. Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS). Si bien estas son las formas más prevalentes de malnutrición en nuestro país, las mismas conviven con otros problemas como la baja talla (7.9% en menores de 5 años) relacionada con el déficit (Ministerio de Salud, 2019). Esta situación encuentra su paralelismo con la dicotomía enfermedades agudas/enfermedades crónicas, donde la idea de transición epidemiológica intenta interpretar el comportamiento de las sociedades industrializadas. Esta concepción, presenta un sesgo reduccionista en tanto las realidades se muestran más complejas y en los países no se encuentran modelos puros. En Argentina, coexisten enfermedades crónicas, como baja talla y deficiencias de micronutrientes con la problemática en aumento del sobrepeso y obesidad. En esta situación de complejidad multivariada, denominada “Carga Sanitaria Dual del Siglo XXI”, el sector de menor nivel socioeconómico (NSE) y educacional es el más

afectado. Conviven entonces, la escasez y la opulencia, el déficit y el exceso, con diferentes matices a nivel poblacional, familiar e incluso individual. Este complejo panorama denominado, por algunos autores, "mosaico epidemiológico" pone de manifiesto la coexistencia de diferentes estadios de la transición epidemiológica y nutricional dentro del mismo territorio (Durán, 2005; Pasca, 2011; Spinelli, 2010). Asimismo, esta situación epidemiológica se encuentra atravesada por determinantes sociales que la condicionan, por lo tanto, no se trata de enfermedades que puedan ser abordadas únicamente desde el sector salud o como problema de salud sino con la complejidad que presentan los problemas sociales (Spinelli, 2010).

En este sentido, los problemas de salud más prevalentes en Argentina no se pueden analizar sin pensar el contexto social en el cual se desarrollan. Tanto el exceso de peso como la baja talla se da en un contexto en el que el porcentaje de hogares por debajo de la línea de pobreza alcanza el 27,9% (hogares donde reside el 37.3% de las personas del país) siendo la tasa de desocupación del 7% de la población económicamente activa, lo que determina a los problemas en el acceso a los alimentos, debido a que, en una sociedad capitalista el mismo está mediado por la capacidad de compra. Los niveles de inflación actuales complejizan esta cuestión fundamentalmente para quienes destinan más del 40% de los ingresos a la compra de alimentos (INDEC, 2021). La prevalencia de exceso de peso en la población adulta relevado en la ENNyS 2018 (67,9%) mostró diferencias significativas según el nivel de instrucción y NSE (Ministerio de Salud, 2019).

La complejidad del acto alimentario y su relación con la situación epidemiológica descrita puede interpretarse, como indican diferentes autores, por la crisis en el sistema de normas que regulan las prácticas alimentarias en la modernidad, la modificación de las relaciones sociales, la teoría del gen ahorrador y el incremento en la disponibilidad de alimentos y bebidas azucaradas, entre otras (Fischler, 1988; Fischler, 2010; Aguirre, 2011; Barthes, 2006; Pasca 2011; Le Bretón, 2007). Esta crisis del sistema alimentario ha tensionado los modos de producción y de comercialización, emergiendo lentamente, otras maneras de consumo que responden a modos de producción más sanos, seguros y justos, tanto para

los productores como para los consumidores. Los mismos cuestionan tanto a la producción agroindustrial como a la comercialización de alimentos en las grandes cadenas. Algunos grupos poblacionales muestran interés por sus consumos alimentarios, centrados en la conceptualización de la alimentación saludable, las ideas sobre los “alimentos-medicamentos”, los riesgos de la ingesta de algunos de ellos (productos ultra procesados, uso de agroquímicos), el impacto ambiental según el origen y/o formas de producción, la comercialización de los mismos, entre otros. Se crea de esta manera un terreno fértil para discutir y problematizar hacia dentro del campo alimentario, analizando según los actores e intereses en juego y según su posición en la estructura social. Se puede pensar, que se está produciendo un cambio en los consumidores, en sus prácticas de consumo que poco a poco podrán ir modificando las normas, con una lógica más saludable, más local y menos injusta, y esto permita de alguna manera, acumular poder para lograr modificar las reglas del juego dentro del campo. (Freidin, 2016; Aparici et al., 2016). En este contexto, los alimentos agroecológicos, de producción local y circuitos cortos de comercialización (que acercan productores y consumidores) son valorados por muchas personas. Diferentes estudios encuentran una tendencia hacia estos consumos en poblaciones urbanas, en mujeres, adultos jóvenes y en aquellos que poseen mayor nivel educativo (Gutiérrez-Pérez et al., 2013; Pontes-Olivera et al., 2020; Muzlera, 2020; Higuchi, 2015; Chaparro-Africano y Franco-Chocue, 2020; entre otros).

Desde el año 2014, en la Universidad Nacional de Lanús (UNLa) se desarrollan diferentes actividades académicas, de investigación y de extensión universitaria, en el espacio de Huerta Demostrativa Agroecológica, con la comunidad universitaria. Dentro de la misma se ha indagado y evaluado la posibilidad de cultivo, procesamiento y elaboración de productos alimenticios en base a Stevia Rebaudiana Bertoni (Stevia), variedad criolla y producida de modo agroecológico, así como los facilitadores y obstáculos para el consumo de la misma (Wallinger et al., 2019; Pisarra et al., 2021).

En este sentido, los hábitos y percepciones -que construyen actitudes, prácticas y perfiles sobre alimentación y cuidado de la salud-, se presentan

como variables de interés en la búsqueda de comprender el acto alimentario en su complejidad, a partir de indagar cómo las mismas se relacionan con el consumo de un endulzante natural, de cultivo ancestral, no nutritivo.

La comunidad UNLa, compuesta por estudiantes, docentes-investigadores y trabajadores no-docentes conforman en este estudio la población de interés, en el marco del cual se plantearon como objetivos, describir el estilo, perfil y actitudes relativas a la alimentación en la comunidad UNLa, y analizarlas en relación a sus condiciones sociodemográficas. Por otro lado, se pretendió indagar cómo las actitudes, perfil y estilo de alimentación se relacionan con el conocimiento, uso, hábitos y preferencias relativos al consumo de endulzantes, con particular interés en el consumo de Stevia en sus distintas presentaciones.

#### **Material y Método**

Se realizó un estudio descriptivo y transversal sobre una muestra no probabilística de la comunidad de la UNLa (n=236), durante 2021. Se incluyó a todos los estudiantes, docentes-investigadores y trabajadores no docentes de la universidad que quisieran participar de la encuesta, a quienes se aplicó un cuestionario auto administrado online (CAWI) (20-25 minutos de duración). El proyecto del cual forma parte este estudio cuenta con la aprobación de la Comisión de Ética de la Investigación, dependiente del Rectorado de la UNLa.

El cuestionario fue diseñado en el marco de las actividades del equipo multidisciplinario de investigación, incluyendo módulos sobre variables sociodemográficas, estilo, perfil y actitudes alimentarias, así como conocimientos, valoración, prácticas, y hábitos de consumo de endulzantes. Se realizó una prueba piloto en una población de características similares a la estudiada, para evaluar la comprensión del instrumento, tiempo de duración para completarla, y dificultades encontradas en el mismo.

Se indagaron diferentes variables de caracterización de la población en estudio, como sexo, edad, vínculo con la UNLa y nivel socioeconómico (NSE). Para este último se clasificó a la población en estudio en NSE medio alto, NSE medio y NSE bajo (Azcárate y Zambelli, 2015).

En cuanto a la categorización de la población bajo estudio en relación a su estilo de alimentación, se consideró “omnívoro” a todo aquel respondiente que indicara que consume todo tipo de alimentos tanto de origen animal como vegetal. Aquellos que manifestaron algún tipo de exclusión de alimentos de origen animal, fueron considerados como “vegetarianos-veganos”.

En cuanto a la disposición (perfil) hacia la incorporación de nuevos alimentos, se presentaron cinco frases ordenadas de acuerdo a la misma (desde “constantemente pruebo alimentos y comidas nuevas” a “no confío en alimentos y comidas nuevas”), donde cada encuestado debía indicar con cuál de ellas se sentía más identificado. De este modo, se categorizó a la población como “innovador” (respondieron “constantemente pruebo alimentos y comidas nuevas”) y “no innovador” a quienes optaron por alguna de las otras opciones.

En lo referente a la segmentación según su actitud ante la alimentación se presentaron a los entrevistados distintas frases vinculadas a actitudes de cuidados de la salud, consumos alternativos y barreras a la hora de la elección de sus estilos de consumo de alimentos, indagando acerca de su grado de acuerdo con cada una de ellas (escala de 10 puntos, desde “muy identificado” a “nada identificado”). Se incluyeron sets de atributos para trabajar con técnicas de conglomerados y análisis de correspondencias, que permitieran identificar las categorías emergentes.

Con relación a otras prácticas relativas a la alimentación se indagó sobre la importancia que le asignan al consumo de alimentos libres de agroquímicos (escala de 10 puntos, desde “muy importante” a “nada importante”) y su consumo efectivo (escala de 5 puntos, desde “siempre” hasta “nunca”).

Por último, se incluyeron preguntas sobre el conocimiento, consumo ocasional y consumo frecuente de endulzantes nutritivos y no nutritivos, naturales o artificiales, disponibles en el mercado argentino, así como características de los mismos. Para esto último, por un lado, se exploró el nivel de agrado (escala de 10 puntos, desde “no me agrada nada” hasta “me agrada mucho”) para cada uno de los endulzantes, y por el otro se presentaron una serie

de atributos con los cuales se pedía asociar a cada uno de ellos. Los atributos planteados fueron tomados de grupos focales realizados en investigaciones previas (Wallinger et al., 2020; Pisarra et al., 2021), y fueron agrupados en las siguientes categorías: agrado-desagrado; saludable-no saludable; industrial-natural; altas calorías-bajas calorías; cuidado del medio ambiente. Para el caso de la Stevia en particular se evaluó con una escala de 5 puntos los atributos “dulzor” (muy dulce-nada dulce), “sabor” (mucho sabor metálico-nada de sabor metálico), “natural” (muy artificial-muy natural), “calorías” (engorda mucho-no engorda), y “aroma” (muy poco aromático-nada aromático).

Se utilizó el software Survey Monkey para la recolección, y el paquete estadístico SPSS para el procesamiento de los datos. Las variables se presentaron como frecuencias porcentuales. Se determinó el error de estimación para totales considerando: el nivel de confianza ( $1-\alpha=0,95 \Rightarrow z=1,96$ ), el supuesto de máxima dispersión para proporciones ( $p=0,50^*q=0,50$ ) y el tamaño muestral (236).

Para el nivel de agrado de endulzantes se estimaron las medias de cada categoría, con base en el consumo de los mismos. Para el análisis de atributos de la Stevia se realizó un análisis de correlación lineal múltiple de Pearson, para comprender los atributos que mayor incidencia registran con el agrado, considerándose bajo el análisis los que registraron una significancia menor a 0,05 ( $\alpha$ ).

### **Resultados**

La muestra quedó conformada por 236 participantes, entre docentes-investigadores, trabajadores no docentes y estudiantes. En la Tabla 1, se observa la conformación de la misma. Se resalta la alta proporción de mujeres, estudiantes y de NSE medio.

Tabla 1: Caracterización de la población<sup>1</sup> en estudio: comunidad UNLa 2021.

	%
<b>Sexo</b>	
Varones	16.0
Mujeres	84.0
<b>Grupo etareo</b>	
18- 24 años	30.0
25-40 años	35.0
> 40 años	35.0
<b>Categoría</b>	
Estudiante	67.0
Docente	20.0
No-docente	12.0
<b>Nivel socioeconómico</b>	
Medio Alto	27.0
Medio	55.0
Medio Bajo	18.0

Fuente: Elaboración propia

1: n=236

### *Estilo, perfil y actitudes alimentarias*

El 69% de la población en estudio presenta un estilo de alimentación omnívoro, optando el resto de la misma por opciones veganas/vegetarianas. Por otra parte, se encontró que el 46% de la población presenta un perfil innovador en relación a su alimentación.

Del análisis de correspondencia del set de atributos quedaron configurados tres grupos que fueron ponderados por su peso relativo y caracterizados por sus actitudes destacadas: “Hedonistas” (45%) resumidos alrededor de la idea de que “deberían cuidarse más”; “Restrictivos” (30%), resumidos alrededor de la idea del cuidado general y particularmente de “no engordar”, y “Conscientes” (25%), apalancados en su autopercepción de consumidores informados, y de consumos variados en cuanto a alimentos y bebidas, selectivos en cuanto a las formas de producción de los mismos.

Las diferencias en cuanto a las condiciones socioeconómicas de cada una de estas variables se presentan en la Tabla 2. Se resalta que en mayor medida los varones y los mayores de 25 años son omnívoros. En relación con la posibilidad de probar nuevos alimentos, este perfil se ve más representado

en mujeres, en mayores de 25 años, y en el NSE medio alto. Los no innovadores declaran diversas restricciones a la prueba de nuevos alimentos, ya sea vinculado con falta de confianza o relegando esta posibilidad a ocasiones especiales. Desde el punto de vista de la actitud, se observó que, entre los hedonistas, predominan los menores de 40 años y el NSE bajo, entre los restrictivos es mayor la proporción en mujeres y mayores de 40 años, y se incrementa el NSE entre los conscientes, siendo el grupo etario más representado el de 25-40 años.

Tabla 2: Porcentaje de la población<sup>1</sup> UNLa, 2021 por estilo, perfil y actitud con relación a la alimentación según variables socioeconómicas .

	Sexo		Grupo etario			NSE		
	H	M	18-24	25-40	>40	Medio alto	Medio	Bajo
Omnívoro	85	67	67	72	72	74	67	74
Vegetariano - vegano	15	33	33	28	28	26	33	26
Innovador	44	47	41	47	49	53	45	37
No innovador	56	53	59	53	51	47	55	63
Restrictivos	24	32	12	24	51	33	31	26
Hedonistas	48	44	64	52	21	37	44	54
Conscientes	28	25	24	24	27	29	25	20

Fuente: Elaboración propia.

1: n= 236

A la hora de comprar alimentos, 72% de los entrevistados asignan una significación relevante y positiva a que los mismos provengan de huertas agroecológicas, aunque respecto de su consumo efectivo el 22% los consume con frecuencia, mientras que un 50% declara consumirlos en forma espaciada u ocasional.

El error de estimación para totales fue de 0,06 puntos porcentuales.

### *Conocimientos, prácticas y hábitos de consumo de endulzante.*

Los edulcorantes artificiales y el azúcar blanco industrial se encuentran entre los endulzantes más conocidos por los encuestados (91.1 y 90.3 % respectivamente), seguidos por la miel (86%) y la Stevia (80.9%).

El consumo ocasional de azúcar blanca (89%) predomina levemente sobre el de edulcorantes artificiales y la miel (83.5% cada uno de ellos), seguidos por Stevia (68.2%). En el consumo habitual, el azúcar blanco vuelve a liderar con 54% mientras que Stevia alcanza un 24% de los encuestados.

Específicamente, la variedad de Stevia que predomina en el conocimiento (83.8%) y uso (60.7%) es en polvo, seguido por la versión líquida (conocimiento 66.5%, uso 42.9%). El producto en hojas es conocido por el 46.1% de quienes conocen Stevia, y utilizado por un 25% de sus consumidores habituales. Entre quienes usan habitualmente Stevia, el 94.6% la utilizan en bebidas –básicamente en infusiones, y en menor medida en jugos, licuados naturales-, mientras que el 35% utiliza en comidas –mayoritariamente distintos postres y pastelería-. Por otro lado, el consumo de Stevia se incrementa con la edad, y en hedonistas. La segmentación en cuanto a variables sociodemográficas y perfil de alimentación, según el consumo de Stevia, y la valoración de la misma se muestran en la Tabla 3.

Tabla 3: Porcentaje de la población<sup>1</sup> UNLa 2021 por uso, consumo y valoración de la Stevia según variables sociodemográficas

	Consumidor		Valoración		
	Habitual	No habitual	Negativa	Regular	Positiva
<b>Sexo</b>					
Hombres	26	74	41	23	36
Mujeres	24	76	30	24	46
<b>Grupo etareo</b>					
18- 24 años	16	84	25	35	40
25-40 años	23	77	44	16	40
> 40 años	33	67	25	23	52
<b>Nivel socioeconómico</b>					
Medio Alto	29	71	27	27	46
Medio	26	74	34	23	43
Bajo	13	87	32	21	47
<b>Estilo</b>					
Omnívoro	23	77	37	17	48
Vegetariano - vegano	25	75	32	36	32
<b>Perfil</b>					
Innovador	22	78	33	31	36
No innovador	25	75	35	17	48
<b>Actitud</b>					
Restrictivos	38	62	20	25	55
Hedonistas	20	80	32	26	42
Conscientes	17	87	50	16	34

Fuente: Elaboración propia  
1: n=236

Por otro lado, cuando se analiza la valoración de la Stevia en aquellos que son consumidores habituales se observa que el 71% de los mismos presenta una apreciación positiva del edulcorante, y un 23% regular, siendo muy bajo el porcentaje que la valora de manera negativa (6%).

La miel y las modalidades orgánicas y/o mascabo de azúcar encabezan las preferencias de los consumidores en la categoría a la hora de evaluaciones con medias superiores a los 7 puntos (7.7 el azúcar de mascabo, 7.5 el azúcar orgánico y

7.4 la miel). Sin embargo, su proyección hacia el consumo habitual no es lineal, ya que en esta última dimensión las tres presentan un consumo inferior al azúcar blanco y los edulcorantes. Para el caso de la Stevia, la misma obtiene una preferencia positiva, con una media de 6.6 puntos.

El análisis de regresión por atributos revela a las dimensiones del sabor ( $p=0.000$ ) y dulzor (0.008) como las variables que inciden en las valoraciones positivas de Stevia en términos de agrado general, mientras que calorías y aroma no registran asociaciones significativas. El coeficiente de correlación de Pearson registra un valor de 0.475 para el modelo global.

En el posicionamiento por atributos ningún producto de la categoría se destaca por su capacidad diferencial para capturar ninguno de ellos. La Stevia se apropia de atributos vinculados con la salud en código urbano; saludable en general, no engorda, no es adictivo, es eficaz contra la diabetes. Su presentación en hojas agrega y valora el cuidado del medio ambiente asociado probablemente con la ausencia de procesos industriales.

Para el caso del azúcar orgánico y/o mascabo y la miel, si bien comparten atributos inespecíficos de producto saludable y cuidado del medio ambiente, se desplazan hacia otros atributos positivos: “son para toda la familia y en especial para los niños”, y se asocian con el placer. Pero también se reconocen como aportantes de gran cantidad de calorías para la miel y con barreras de precio significativas para el azúcar orgánico y/o mascabo.

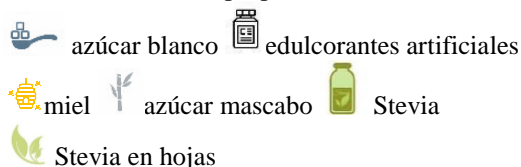
Esa barrera de precio se reconvierte para el azúcar blanco (es barata), constituyendo en el resto de los atributos la contraparte de las valoraciones positivas señaladas anteriormente: “no es saludable”, “genera rechazo”, “aporta calorías”. Comparte ese espacio con los edulcorantes, los cuales suman otros atributos negativos asociados a que tiene sabor fuerte y metálico.

En la Figura 1 se presentan los atributos y sus categorías emergentes.

Figura 1: Endulzantes evaluados: atributos y sus categorías emergentes.



Fuente: Elaboración propia



### Discusión

Al contemplar el acto alimentario en su complejidad las dimensiones socio-políticas y socio-culturales (que es y que no es comida, las representaciones sobre cómo debe ser el consumo alimentario según sector -género- o grupo -edad-) condicionan el consumo a de alimentos según clase, sector o grupo, a través de las relaciones sociales que se dan al interior del entramado de estas dimensiones (Aguirre, 2004). Los hallazgos de este estudio dan cuenta de este enunciado. En este sentido, el perfil innovador y la actitud consciente en la alimentación se ve representado en mayor medida en aquellos con NSE medio alto en comparación al NSE bajo (tienden a la no-innovación y al hedonismo). En concordancia con otros autores (Fischler, 1988; Aguirre, 2004), las posibilidades de elección variada de alimentos están vinculadas con el acceso a los mismos, condicionado por el poder adquisitivo y la educación, entre otros factores. Un ejemplo claro se observa en el hecho de que el origen productivo de los alimentos (agroecológico) es valorado, pero no se corresponde con el consumo efectivo de los mismos en los encuestados de este estudio.

Con relación a la actitud restrictiva en la alimentación es relevante señalar que, si bien presenta mayor representación en mujeres y a medida que se incrementa la edad, no se encuentran diferencias según el NSE. La medicalización del acto

alimentario (Gracia-Arnaiz, 2007) y el significado de la “alimentación correcta o saludable” (Suárez-Solana, 2016; Friedin, 2016), ha tensionado las decisiones alimentarias hacia los consumos restrictivos, considerados más “saludables”. La tradición médica occidental ha puesto el centro en la prevención de las enfermedades, la reducción del peso corporal y otros consejos sobre lo considerado “saludable” para consumir, resaltando los aspectos restrictivos de la alimentación (Gracia-Arnaiz, 2007), en detrimento de los aspectos sociales de la misma. Por otro lado, las redes sociales y los medios masivos de comunicación generan tendencias sobre lo que “debe ser adecuado” e influyen en los consumidores, sobre todo en mujeres y adultos mayores. Cómo encontró Freidin (2016) en adultos residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires, el discurso sobre lo que es una alimentación saludable se centra en la información construida desde los expertos y difundida por los medios de comunicación, relativos al contenido nutricional de los alimentos. Esta actitud, también puede relacionarse con el mayor consumo de Stevia (edulcorante no-nutritivo) dado en mujeres (Dourado Arrais, 2019; Zanini, Araujo y Martínez-Mesa, 2011) y a medida que se incrementa la edad.

En el presente estudio, si bien la miel y los azúcares orgánicos y mascabo presentaron mayor preferencia, el azúcar blanco presentó la mayor frecuencia de consumo habitual y ocasional, destacándose entre sus atributos, el bajo costo. Es relevante señalar en este punto que los atributos que destacan los encuestados en todos los endulzantes se contraponen al consumo habitual referido de los mismos. Se pone aquí en tensión lo que se conoce y cree con relación a la alimentación y lo que se pone en práctica en la realidad, donde el acceso (Fischler, 1988; Aguirre, 2004), el nivel educativo, la sectorialidad y grupo, condicionan los consumos concretos de las personas. Da cuenta de ello que el azúcar es más consumido entre los NSE más bajos y en edades más jóvenes, coincidente con los resultados de la última ENNyS (Ministerio de Salud, 2019). En contraposición, los edulcorantes artificiales y la Stevia presentan un mayor consumo entre las personas de mayor edad y NSE, en concordancia con Guerrero et al. (2019) y Durán Agüero (2015).

Por otra parte, coincidentemente con Zanini (2011), la utilización de edulcorantes artificiales es mayor en

relación con el uso de la Stevia y sus esteviósidos. Esto se observa a pesar de las diferencias encontradas en cuanto a los atributos que utilizaron para caracterizar a los mismos, incluso los cuestionamientos con relación al sabor metálico que presentan. Como señala Fischler (1995), en el “comensal moderno”, el gusto convive con el disgusto, dialogan y se encuentran, conformando así la preferencia o aceptabilidad de un producto. Lo que determinará y/o condicionará la aceptación o rechazo de un alimento, se encuentra estrechamente vinculado a la percepción subjetiva y simbólica del comensal. Es decir, con aspectos ligados a sus preferencias de color, sabor, naturaleza, origen, textura, consistencia, presentación, motivación.

La Stevia generó posicionamientos relacionados con la salud, posiblemente porque se considera su origen natural más allá que las presentaciones de consumo habitual referidas son las versiones industrializadas de la misma. Por otro lado, la presentación en hojas adquirió el atributo “cuidado del medio ambiente”, como aspecto valorado. Retomando las ideas planteadas en esta discusión resulta relevante destacar que, si bien la Stevia atrae estos atributos positivos, su consumo en la población estudiada es bajo, e incluso entre aquellos que son consumidores habituales de la misma la valoración positiva no es plena, ya que casi las dos terceras partes de los encuestados la valora de modo “negativo” o “regular”. En estudios previos (Pisarra et al., 2021; Wallinger et al., 2020) se han observado ciertas ideas preconcebidas o prejuiciosas de las características sensoriales de la Stevia, que podrían estar operando también en las respuestas obtenidas en el presente estudio. Esto pone de manifiesto la complejidad y multidimensionalidad de la construcción del gusto por los alimentos.

### Conclusiones

En base a los resultados obtenidos se puede concluir que las actitudes y prácticas relacionadas con la alimentación están influenciadas por las características sociodemográficas de la población en estudio, donde el NSE, el grupo y sector constituyen factores relevantes en las mismas. Las valoraciones sobre los endulzantes no se corresponden con los consumos efectivos de los mismos, los que quedan condicionados por hábitos, costumbres, costos, entre otras variables.

### Agradecimientos.

El presente trabajo fue realizado en el marco del Proyecto 80020180200010LA, Convocatoria UNLA AH 2018.

Los autores y autoras declaran no presentar conflicto de interés.

### Bibliografía

- Africano, A. M. C. y Chocue, L. M. F. (2020). Consumidores y consumo de productos agroecológicos en los Integrantes de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá, Región- RMABR. *Cooperativismo & Desarrollo*, 28(117), 1-36. DOI:10.16925/2382-4220.2020.02.04
- Aguirre, P. (2004). *Ricos flacos, gordos pobres. La alimentación en crisis*. Capital Intelectual.
- Aguirre, P. (2010). La construcción social del gusto en el comensal moderno. En Aguirre, P., Katz, M. y Bruera, M. *Comer. Puentes entre la alimentación y la cultura* (pp. 13-62). Libros del Zorzal.
- Azcárate, P. y Zambelli, R. (2015). *El Nivel Socioeconómico en la Argentina, 2015. Estratificación y Variables. Observatorio Social de SAIMO, 1*. <https://www.saimo.org.ar/archivos/observatorio-social/El-NSE-en-la-Argentina-2015-Estratificacion-y-Variables.pdf>
- Benito, L. E. A. y Rodríguez, C. J. F. (2006). Roland Barthes: Por una psico-sociología de la alimentación contemporánea. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, (11), 205-221. DOI: 10.5944/empiria.11.2006.1114
- Dourado Arrais, P. S., Perdigão de Negreiros Vianna, M., Vargas Zaccolo, A., Mesquita Moreira, L. I., Pontes Thé, P. M., Pinto Quidute, A. R., Fontanella, A. T., da Silva Dal Pizzol, T., Leão Tavares, N. U., Oliveira, M. A., Luiza, V. L., Ramos, L. R., Rocha Farias, M., Dâmaso Bertoldi, A. y Serrate Mengue, S. (2019). Utilização de adoçantes no Brasil: uma abordagem a partir de um inquérito domiciliar. *Cadernos de Saúde Pública*, 35(11). DOI:10.1590/0102-311X00010719
- Durán Agüero, S., Vásquez Leiva, A., Morales Illanes, G., Schifferli Castro, I., Sanhueza Espinoza, C., Encina Vega, C., Vivanco Cuevas, K. y Mena Bolvaran, F. (2015). Consumo de stevia en estudiantes universitarios chilenos y su asociación con el estado nutricional. *Nutrición Hospitalaria*, 32(1), 362-366. DOI: 10.3305/nh.2015.32.1.8961



- Durán, P. (2005). Transición epidemiológica nutricional o el "efecto mariposa". *Archivos Argentinos de Pediatría*, 103(3), 195-197.
- Fischler, C. (1988) Food, Self and Identity. *Social Science Information*, 27 (2), 275-292.  
DOI:10.1177/053901888027002005
- Fischler, C. (1995). *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Anagrama.
- Fischler, C. (2010). Gastro-nomy and gastro-anomy. The wisdom of the body and the biocultural crisis of modern eating. *Gazeta de Antropología*, 26(1), 1-19.  
DOI: 10.30827/Digibug.6789
- Freidin, B. (2016). Alimentación y riesgos para la salud: visiones sobre la alimentación saludable y prácticas alimentarias de mujeres y varones de clase media en el Área Metropolitana de Buenos Aires. *Salud Colectiva*, 12, 519-536. DOI: 10.18294/sc.2016.913
- Gracia-Arnaiz, M. (2007). Comer bien, comer mal: la medicalización del comportamiento alimentario. *Salud Pública de México*, 49(3), 236-242.
- Guerrero, M., Dávila, L. A., Vásquez Leiva, A., Morales Illanes, G., Schifferli Castro, I., Sanhueza Espinoza, C., Encina Vega, C., Vivanco Cuevas, K., Mena Bolvaran, F. y Durán Agüero, S. (2019). Consumo de Stevia según nivel socioeconómico y sexo en universitarios chilenos. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 69(2), 125-130. DOI: 10.37527/2019.69.2.007
- Gutierrez-Pérez, C., Morales, H. y Limón-Aguirre, F. (2013). Valoraciones de calidad en alimentos orgánicos y de origen local entre consumidores de la red Comida Sana y Cercana en Chiapas. *LiminaR*, 11(1), 104-117.
- Higuchi, A. (2015). Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima. *Apuntes*, 42(77), 57-89.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). 4° Encuesta Nacional de Factores de Riesgo. Resultados definitivos. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Secretaría de Gobierno de Salud de la Nación.  
[https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/publicaciones/nfr\\_2018\\_resultados\\_definitivos.pdf](https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/publicaciones/nfr_2018_resultados_definitivos.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2021). *Informes Técnicos. Índices de precios al Consumidor*. 6(1).  
[https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/ipc\\_01\\_2209A10232C4.pdf](https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_01_2209A10232C4.pdf)
- Le Bretón, D. (2006). *El sabor del mundo. Una antropología de los sentidos*. Nueva Visión.
- Ministerio de Salud (2019). 2° Encuesta Nacional de Nutrición y Salud. Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación. Argentina.  
<https://fagran.org.ar/wp-content/uploads/2020/01/Encuesta-nacional-de-nutricion-y-salud.pdf>
- Muzlera, J. (2020). Consumo de agroecológicos como activismo: feria Facultad de Agronomía de la Ciudad de Buenos Aires. *Revista Verde de Agroecología e Desenvolvimento Sustentável*, 15(4), 385-390.  
DOI: 10.18378/rvads.v15i4.7914
- Pontes-Olivera, S., Arantes-Riveiro, D., Batista Figueredo, Y. y Menegazo, M. (2020). Análise do perfil de um grupo de consumidores de produtos agroecológicos da cidade de Dourados-ms. *Revista de Engenharia de Produção*, 2(2), 4-12.
- Pasca, A. J., y Pasca, L. (2011). Transición nutricional, demográfica y epidemiológica: Determinantes subyacentes de las enfermedades cardiovasculares. *Insuficiencia cardíaca*, 6(1), 27-29.
- Pisarra, F., Díaz, F. M., Yedvab, M., Moreno A. V., Pelatelli, L., Colombo, M. E. y Wallinger, M. L. (2021). Descriptores sensoriales de preparaciones culinarias en base a Stevia Rebaudiana (Bertoni) de producción agroecológica mediante un grupo focal. *Revista Española Nutrición Comunitaria*, 27(3), 209-214. DOI:10.14642/RENC.2021.27.3.5377
- Suarez Solana, M. C. (2016). Significado externo de "alimentación correcta" en México. *Salud Colectiva*, 12(4), 575-588.  
DOI: 10.18294/sc.2016.1103
- Spinelli, H. (2010). Las dimensiones del campo de la salud en Argentina. *Salud Colectiva*, 6(3), 275-293.
- Wallinger, M. L., Yedvab, M., Pelatelli, L., Markowski, I., Castro, R., Guerrero, G. A., Moreno, A. V. y Díaz, F. M. (2019). Producción agroecológica de Stevia Rebaudiana Bertoni (variedad criolla) en la Universidad Nacional de Lanús y elaboración de edulcorantes para transferencia a micro escala. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 25(2), 75-77.
- Wallinger, M. L., Díaz, F. M., Yedvab, M., Pelatelli, L., Moreno, A. V. y Guerrero, G. A. (1ª Edición Adaptada) (2020). *Transferencia socio educativa sobre el cultivo y consumo de Stevia Rebaudiana Bertoni (variedad criolla), de producción agroecológica con personas mayores del centro del adulto mayor de la Universidad*

*Nacional de Lanús.* María Flavia Filippini; Silvina Greco (comps).

Zanini, R. D. V., Araújo C. L. y Martínez-Mesa, J. (2011). Utilização de adobantes dietéticos entre adultos em Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil: um estudo de base populacional. *Cadernos de Saúde Pública*, 27, 924-34.

Zafra Aparici, E., Muñoz García, A., y Larrea-Killinger, C. (2016). ¿Sabemos lo que comemos?: Percepciones sobre el riesgo alimentario en Cataluña, España. *Salud colectiva*, 12(4), 505-518. DOI: 10.18294/sc.2016.932