

COMIDA BASURA. La adicción está servida

Es barata y tentadora como una golosina. Pero crea adicción como una droga. La comida rápida está diseñada para eso. Y los niños, sus clientes favoritos, son sus víctimas más fáciles. Varios estudios acaban de descubrirlo. En Estados Unidos, el abogado John Banzhaf, curtido en los pleitos contra las tabacaleras, afila sus cuchillos. Está decidido a desenmascarar este nuevo peligro.

Es fácil de comer, agradable al paladar y nos la venden envuelta en mensajes de bienestar, felicidad y buen rollo. Ahora, la ciencia empieza a comprobar que las hamburguesas con patatas fritas, las pizzas o los batidos generan una dependencia similar a la que provocan las drogas. Abogados curtidos en pleitos contra las tabacaleras ya han afilado sus cuchillos y comienzan a demandar a cadenas de restaurantes de comida rápida en nombre de clientes con enfermedades graves que atribuyen a esa adicción. Cuando hace un par de años John Banzhaf, profesor de derecho en la Universidad George Washington y conocido como 'el azote de las tabacaleras', empezó a poner pleitos a McDonalds (líder mundial en restauración rápida, con 30.000 establecimientos en el mundo) y a decir que los alimentos que venden son adictivos, las risas de muchos compañeros abogados se escucharon desde este lado del Atlántico.

Hoy, pocos se ríen ya. Estudios científicos realizados con ratones sugieren que, en efecto, la 'fidelidad' de los clientes a los restaurantes de comida rápida (uno de los sectores que más ha 'engordado' este año en lo tocante a ventas, beneficios y nuevos clientes en todo el mundo) podría nacer de una auténtica dependencia fisiológica. Según declaran los doctores John Hoebel, de la Universidad de Princeton, y Ann Kelley, de la Universidad de Wisconsin, «los amantes de las hamburguesas, las patatas fritas y los refrescos azucarados podrían sufrir una dependencia similar a la que experimentan los drogadictos». Como han comprobado dichos investigadores en sendos estudios, este tipo de alimentos estimula la producción de opioides naturales (relacionados con las sensaciones placenteras) por el cerebro y provoca síntomas claros del síndrome de abstinencia cuando deja de tomarse. «Lo peor no es la propia adicción, sino los riesgos que esta ingesta conlleva para el organismo», concluyen. «Está pasando, punto por punto, lo mismo que ocurrió cuando pusimos los primeros pleitos a las tabacaleras», cuenta John Banzhaf. A sus 63 años, este hombre –al que las cadenas de restaurantes (uno de los lobbies más poderosos de EE.UU.) han llegado a calificar de «terrorista legal»– afirma que «la presión verbal no me preocupa. En estas cosas, todo es cuestión de esperar. También se rieron mucho cuando dijimos que el tabaco tenía algún ingrediente que lo hacía adictivo y que impedía que los fumadores fueran libres para abandonar su hábito y evitar las enfermedades asociadas a él. Luego, la ciencia comprobó algo que los fabricantes ya sabían: que esa sustancia se llamaba nicotina y que su poder adictivo era similar al de la heroína. Fue una lucha de 35 años, pero conseguimos muchas cosas».

El profesor Miguel Ángel Martínez, director del Departamento de Medicina Preventiva y Salud de la Universidad de Navarra, que está llevando a cabo un estudio con 13.500 personas sobre las percepciones de los europeos acerca de la alimentación, afirma que, «corroborando esas investigaciones con animales, hay evidencias clínicas que nos hacen pensar que ese tipo de comida es adictiva para los humanos. En nuestro trabajo actual hemos visto que, cuando una población da entrada a la comida rápida, tiende a desterrar su menú tradicional. No hay más que ver lo que está pasando en España. Nuestra famosa dieta mediterránea cede terreno a velocidades de vértigo a otras de muy pocos ingredientes, compuestas sobre todo por harinas y grasas saturadas» (que, además de potencialmente adictivos, son los productos más baratos para la industria).

La encuesta realizada en la Campaña de Educación Nutricional por el Farmacéutico (Plenufar), que incluía a 120.000 escolares de 3.000 colegios, demuestra que los más vulnerables a la adicción son los niños. Hoy, los cuatro platos preferidos de los pequeños españoles son «las pizzas, las hamburguesas, la pasta y el arroz». Uno de cada diez niños toma pizzas a diario, otro diez por ciento ingiere hamburguesas siete veces a la semana, un 18 por ciento consume postres y bollería industriales diariamente... y los porcentajes aumentan de

forma que asustan. La consecuencia: que la obesidad infantil se ha duplicado en 15 años en este país. Por supuesto, la televisión, el ordenador y los videojuegos añaden su dosis de sedentarismo (y de kilos). «Vete y dile a mi hijo que tiene verduras para cenar, y verás lo que te contesta», comenta Anabel Ríos, valenciana de 35 años, y madre de Luis, de 11 años. «Lograr que tome una pieza de fruta es un triunfo. Él vivirá de perritos calientes. Yo ya no me preocupo. Pienso que, al fin y al cabo, come, y que desnutrido no está.»

Como en este caso, muchas familias se han rendido ante las últimas modas. Y los expertos lo explican. «Mientras nuevos estudios corroboran el argumento de la adicción, hay que decir que es difícil resistirse a las sofisticadas técnicas de marketing que emplea la industria de la comida rápida», señala el doctor Javier Aranceta, secretario general de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC) y autor de varios libros sobre este tema. «No sólo ofrecen precios muy bajos en ofertas especiales y campañas de 2 x 1, sino que regalan muñecos o gadgets, con lo que los niños acaban ingiriendo más de lo que deberían por conseguir más regalos. Esas prácticas desarrollan otro tipo de dependencia emotiva y, en mi opinión, deberían estar prohibidas en niños. Además, es un tipo de alimento ‘de diseño’, creado a conciencia y pensado para la fidelización del cliente: envía mensajes de felicidad (Happy meal, I’m loving it...), es atractivo a la vista, se toma con las manos y tiene un alto grado de palatabilidad (textura, cremosidad y otras sensaciones que hacen a un alimento agradable). Por otro lado, la mezcla de harinas blancas, azúcares y altos porcentajes de grasa saturada no sólo suponen una alta densidad de calorías (¡una quarterpounder con queso, ración grande de patatas fritas y un batido contienen más de 1.800 calorías, aproximadamente las recomendadas a un adulto para todo el día!), sino que provoca ‘picos’ de azúcar en sangre seguidos de fuertes caídas que hacen que el organismo reclame más de lo mismo. Lo peor es que si esa alimentación es habitual, el riesgo de obesidad, intolerancia a la insulina, diabetes y daños arteriales se dispara, y entonces habría que hablar de otra dependencia peor: la de los hospitales y el sistema nacional de salud.»

Otro ‘imán’ para los clientes son las raciones grandes. «Antes estas cadenas ofrecían una comida con 540 calorías, hoy tiene 1.550», se quejaba hace unos días la periodista Jane Brody en su columna de salud del The New York Times. «Los elementos son los mismos, pero las porciones se han triplicado; y los estudios realizados al respecto revelan que, aunque la gente se sienta satisfecha con menos, comerá más si le ponen raciones mayores» (se le pasó decir a Brody que el mono de hidratos aumenta con la cantidad, con lo que la ‘fidelización’ es más probable con dobles raciones). La epidemia de obesidad, que esos ‘chutes’ de calorías provocan en un país en el que ‘el objetivo es la felicidad’ y en el que la mitad de la gente se alimenta de comida rápida, ha llevado a la industria de la confección a hacer trampas con las tallas. La que hoy es talla 4, antes era la 8; la que hoy es la 8, antes era la 12... El problema es más difícil de disimular en metros y aviones, que tienen que aumentar el tamaño de los asientos.

Junto al argumento de la dependencia, los abogados empiezan a esgrimir otro que, de momento, parece ‘colar’ mejor en los juzgados. Es el de publicidad engañosa, tanto por no informar directamente de las calorías e ingredientes que tienen sus productos como por no indicar los riesgos para la salud de alimentos que describen como nutritivos. En el caso de McDonald’s, la compañía ya ha tenido que pagar 12,5 millones de dólares a un grupo de estudiantes por anunciar que sus patatas estaban fritas en aceite vegetal, cuando también contenía grasa de vacuno. Ese y otros ejemplos han logrado que las cadenas de restauración y los fabricantes de alimentos procesados ‘vean venir el peligro’ y se apresuren a aligerar recetas, reducir raciones, introducir nuevos ingredientes y eliminar otros. En España, la SEEN (Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición) y la SENC han pedido que se destierre la publicidad engañosa de los productos alimentarios y que las etiquetas informen del tipo y nivel de grasas que contienen. «Los consumidores no pueden hacer elecciones libres si la información que se le ofrece no es objetiva», aclaran los portavoces de esas sociedades.

Banzhaf apunta ahora otro argumento. Si la industria farmacéutica tiene que detallar en los prospectos no ya el riesgo, sino la mínima sospecha de peligro o interacción de un fármaco; si los fabricantes de electrodomésticos deben advertir de la amenaza de electrocución con un secador de pelo; si la industria del juguete tiembla cada vez que propone un producto por temor a que detecten algún problema para los niños..., ¿por qué las cadenas de comida rápida no están obligadas a advertir de los riesgos que conllevan sus productos? Algunos logros pueden ser un anuncio de lo que está por llegar. Los McDonald’s de Francia ya advierten a sus clientes que no es conveniente que coman en ellos más de una vez por semana. En EE.UU., Pepsi Cola ha empezado a decir que no es bueno para la salud tomar alimentos demasiado ricos en calorías; asociaciones de padres han conseguido desterrar los refrescos azucarados, la bollería y la ‘comida basura’ de las máquinas expendedoras de muchos colegios... Sinceramente, ¿se imagina que algo pudiera haber sido posible sin la perseverancia, la curiosidad científica y las armas dialécticas de gente como Banzhaf?

Marisol Guisasola

Tomado de “El Semanal” N° 852(febrero 2004)