

EL CONSUMIDOR COMO DECISOR

Soberanía alimentaria en punto de venta



Autores: Pedro Reissig, Malena Pasin, Federico Dorfman, Antonella Rodríguez Papandrea, con aportes de Rosa Rottemberg, Angie Angleso, UnLaM, Workshop Bienal FADU.

Octubre 2017

UBA, FADU. **CEPRODIDE**  **RED de LATINOAMERICANA**
CENTRO DE PROYECTO, DISEÑO Y DESARROLLO **de FOOD DESIGN**

Descargado de: <http://www.kioscosaludable.org>

A lo largo del siglo XX, la industria alimentaria creció notablemente merced al entramado de la producción de alimentos con la industria química. Así, organismos vegetales son sometidos a procesos de transgénesis mediante técnicas de ingeniería genética. Las sustancias químicas resultan potentes aditivos alimentarios y plantean importantes cuestiones abiertas al debate. Las tensiones y controversias encuentran a distintos actores en juego: la industria, los profesionales de la salud pública, los organismos regulatorios, entre otros. Poner en pregunta algunas cuestiones naturalizadas en nuestras prácticas de consumo supone abordar un fenómeno complejo en sus diversas dimensiones: aspectos médicos y sanitarios, culturas y tradiciones, desarrollo tecnocientífico, entre otras.

¿Golosina o alimento? Desafiando el concepto de kiosco

En nuestro contexto, el kiosco está directamente asociado a la idea de golosina. Se entiende por golosina un producto comestible, generalmente dulce, de sabor agradable, de tamaño pequeño, disponible para ser consumido a cualquier hora. No es considerado alimento. El diccionario de la Real Academia Española nos ofrece la siguiente primera acepción: “manjar delicado, generalmente dulce, que sirve más para el gusto que para el sustento”; para luego agregar: “Cosa más agradable que útil” y asocia el término a otro sugerente: “apetitoso”. Es apetitoso aquello que es “gustoso” y “sabroso”.

Una golosina, entonces, es dulce, supone el consumo de azúcar o grasa, no está asociada a aspectos nutritivos pero sí de disfrute.

¿De qué modo desafiar este concepto? Introducimos la idea de *kiosco saludable* por su potencia disonante y provocadora para reconsiderar prácticas de consumo naturalizadas que, como tales, nos llevan a actuar de determinadas maneras y a justificar nuestras decisiones. Lo que se ha naturalizado exige una mirada menos ingenua y una disposición a interrogar lo cotidiano.

¿Alcanza con más información? Condiciones para un cambio.

Desde hace años, la educación para la salud ocupa espacios curriculares en las escuelas. Sin embargo, suele ser abordada desde perspectivas exclusivamente biológicas, lo cual no resulta suficiente para comprender en toda su complejidad la problemática del presente relacionada con la salud, entendida no sólo como ausencia de enfermedad. Desde un enfoque multicausal, son factores responsables de las enfermedades los cambios ecológicos y los asociados a la tecnología y la industria, entre otros.

El kiosco saludable se presenta, entonces, como una intervención educativa tendiente a favorecer prácticas de consumo más saludables. El camino de la golosina al alimento, como todo proceso de cambio, requiere de nuevos conocimientos abordados desde un enfoque complejo y la revisión de nuestros consumos, la conciencia de cuáles son nuestros hábitos, así como la posibilidad de visualizar alternativas de mejora asociadas a la salud y, al mismo tiempo, al disfrute.

Las personas tenemos un conocimiento del mundo y de aquello que nos rodea cargado de preconcepciones, ideas de sentido común, prejuicios. Además, hábitos cotidianos o frecuentes que -como tales- son extremadamente difíciles de cambiar por ser conductas repetidas, instaladas, naturalizadas ¿Por qué tendríamos que dejar de comer golosinas en el kiosco? ¿Estamos dispuestos? Para hacerlo ¿Es suficiente conocer más sobre las propiedades de lo que comemos? ¿Alcanza con analizar la impronta -por ejemplo- de las campañas publicitarias asociadas a los productos? *Todo cambio exige, siempre, no sólo información sino también de disposición personal y acceso a alternativas de mejora.*

INFORMACIÓN + MOTIVACIÓN + CONDICIONES ADECUADAS = CAMBIO DE HÁBITOS

EL KIOSCO SALUDABLE

Un Kiosco saludable tiene como objetivo acercar a los consumidores comidas prácticas y ricas que ayuden a promover un estilo de vida saludable, motivando los buenos hábitos alimenticios. Se trata de una acción de sensibilización, comunicación e intervención educativa.

Condiciones adecuadas de los productos y del kiosco.

¿Cómo ofrecer productos de mayor calidad desde el punto de vista nutricional que mantengan propiedades sensibles valoradas por los consumidores? Para viabilizar un posible cambio resulta esencial que los productos del kiosco y el kiosco en sí, mantengan condiciones como la accesibilidad, la practicidad, la vistosidad, entre otras. Es por eso que se recomienda la utilización de piezas pequeñas y fáciles de manipular; una oferta variada y colorida; presentaciones atractivas y productos con etiquetas que expliciten de manera sencilla sus características y contenido. Entendemos, entonces, que la calidad se caracteriza por:

- Productos de buenos valores nutricionales.
- Variedad de opciones (tipo, tamaño, precio, celiacía, etc).
- Prevalencia de productos sanos (frescos, enteros, buen estado, etc).
- Reducción al mínimo de insumos no saludables (agrotóxicos, transgénicos, azúcares y harinas refinadas, exceso sal y grasa, etc).
- Prioridad a la producción local.
- Inclusión de etiquetas descriptivas e informativas, para dotar a los consumidores de claves de interpretación.
- Adecuación de los productos a las condiciones e instalaciones del kiosco.
- Garantía en las condiciones de higiene y manipulación de alimentos.

En síntesis, las preguntas orientadoras del “kiosquero” para la toma de decisiones pueden reducirse a dos claves:

¿Qué cualidades debemos mantener para que el kiosco resulte atractivo para el consumo reflexivo?

¿Qué aspectos debemos cambiar para que los productos convoquen a un nuevo tipo de decisión?

LA ELECCIÓN VOLUNTARIA Y RESPONSABLE

Dos maneras de encaminarse al kiosco

consumidor > responde a las reglas del mercado de manera pasiva > consume objetos de deseo > la alimentación deja de ser tal, pierde la utilidad de alimentar > la persona prácticamente no tiene poder o relevancia en el proceso, adquiere lo que el mercado determine, aquel producto cuya publicidad le haya resultado más potente.

decisor > analiza sus opciones de manera activa > define sus necesidades y requisitos > como si fuera un ejercicio de diseño, puede pensar, qué alimento responde o satisface su listado de requisitos actuales. Sigue operando dentro del marco de lo disponible en el kiosco, pero adquiere la capacidad de ver realmente “opciones” en el mismo, y en caso de que ninguna de las opciones disponibles le resuelva el problema de alimentarse, ahora tiene las herramientas para, justamente, detectar esa falencia y proponerse alternativas.

Para convertirnos en decisores y alejarnos del rol pasivo del consumidor, recomendamos realizar siempre el ejercicio de preguntarnos ¿por qué estamos yendo al kiosco? ¿para qué? y usando estos 5 tips antes de ir / frente al kiosco:

1. Pensá qué querés comer y por qué: hambre, energía, ansiedad, aburrimiento, costumbre, etc.
2. Pensalo en el contexto del día: ¿a qué hora voy a volver a comer, podré comer alimentos frescos en otro momento, cuántos cafés ya tomé?...
3. Animate a probar algo distinto: ¿siempre compro lo mismo, tengo prejuicios que limitan mis decisiones ?...
4. Informate sobre lo que comés: ¿leo las etiquetas, entiendo lo que dicen y son estos agregados?
5. Elegí lo que consumís: ¿sabés el efecto que tendrán sobre tu cuerpo, energía y estado anímico?

Material de referencia:

Revel Chion, A. (2014) *Educación para la salud*. Paidós. Buenos Aires.

Massarini, A. Schnek, A. (2015) *Ciencia entre todxs. Tecnociencia en contexto social*. Paidós. Buenos Aires.

Manual para encargados de kioscos escolares. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Ley de Alimentación saludable. En: http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/manual_del_kiosquero.pdf (última consulta: octubre de 2017).

Elegir como alimentarnos es nuestro derecho. Proyecto kiosco saludable. Universidad Nacional de La Matanza. En: <http://www.kioscosaludable.org/assets/ProyectoKioscoSaludable-UnLaM.pdf> (última consulta: octubre de 2017).