

# ¿Comida rápida saludable?

Los establecimientos de comida rápida han enriquecido su oferta con alternativas menos calóricas, aunque no siempre más equilibradas

UN PLATO de ensalada, un bocadillo vegetal, un zumo natural, croquetas y una hamburguesa con ración extra de bacon y queso adornan el mostrador de un establecimiento de comida rápida. El cliente se sorprende de cómo ha cambiado el menú en pocos años -hasta hace poco tiempo vegetales y frutas no eran bien recibidos en estos lugares-. Decidido a comerse una hamburguesa desde que entró por la puerta, se enfrenta a un dilema imprevisto. Lo hace porque trata de controlarse para no caer en la tentación de comer mal. Sin embargo, finalmente elige la hamburguesa con extra de bacon y queso. Éste no es un comportamiento aislado. De acuerdo a los resultados de una nueva investigación estadounidense, la sola presencia de alimentos saludables puede contribuir a que una persona se decante precisamente por las opciones menos convenientes. Son las paradojas de la psicología alimentaria.

Este dato se refleja en un estudio publicado el pasado mes de octubre en el *Journal of Consumer Research*. La investigación revela que la tendencia de elegir el plato menos saludable se acentúa cuando a la oferta culinaria se añaden alternativas más adecuadas para la salud del consumidor. Según sus autores, la visión de ensaladas, frutas o zumos disminuye el sentimiento de culpa por adquirir cualquier plato calificado de *comida basura*.

Ante los resultados del informe, los autores del análisis sugieren que algunos de los esfuerzos para controlar y mejorar la alimentación entre la población pueden resultar contraproducentes. Por ello, invitan a analizar con detenimiento el impacto de los cambios en el comportamiento >





En 20 años, una porción de refresco en Estados Unidos ha registrado un aumento de 261 gramos

alimentario. En todo caso, la meta sigue siendo concienciar a la sociedad de que la comida rápida incide en el desarrollo de la obesidad por la alta densidad energética, el gran tamaño de las porciones y el bajo coste del producto que invita a consumirlo con frecuencia. Un efecto que no ha disminuido pese a la inclusión de menús, en apariencia, más equilibrados.

### Opciones saludables, sólo en apariencia

Ensaladas variadas, macedonia de fruta fresca, zumos de frutas y bebidas 'light' son los protagonistas entre el creciente número de alternativas dietéticas equilibradas de los restaurantes de comida rápida. Sin embargo, su apariencia saludable se diluye entre los ingredientes extra que se añaden, salsas y cremas de acompañamiento que limitan la intención de comer un plato saludable.

### Las ensaladas

La oferta de los establecimientos de comida rápida incluye ensaladas, pero también sugiere alinearlas con sus genuinas salsas y aderezos, lo que convierte a la ligera ensalada en un plato muy energético. El uso de queso, bacon, tiras de pollo fritas, dados de pan fritos (picatostes) o nachos supone un aumento notable de las calorías del plato y de las grasas. Una ensalada de lechuga, maíz, tomates cherry y pepino contiene por ración alrededor de 55 calorías (sin contar el aliño); si se añade vinagreta de yogur, suma unas 90 calorías más. La misma ensalada con tiras de pollo crujiente es 5 veces más calórica (260 calorías) que la original; mientras que la elaborada con tiras de pollo a la parrilla (en lugar de rebozadas y fritas) registra un aporte energético intermedio (145 calorías).

### Los postres

En numerosos restaurantes de comida rápida se ofrecen frutas troceadas (macedonia o brocheta) o yogur, pero si se acompaña con caramelo, sirope o *fondue* de chocolate, complementos al alcance del cliente para que sirva la cantidad que desee, el valor nutritivo se modifica. Si se opta por postres más dulces como *brownies*, profiteroles, trufas, tartas, bizcochos, crepes y helados, el valor energético es mayor. Y si además se combinan varias pro-

puestas el resultado todavía es peor. De las ya 355 calorías que proporciona una ración de *brownie* de chocolate, pasa a las 411 si lleva una porción de helado. Si al helado de vainilla que aporta 257 calorías se le añade sirope de chocolate, se aumenta en 61 calorías un postre ya de por sí muy calórico.

### Las bebidas 'light'

La diferencia en calorías entre un refresco pequeño (300 ml, 126-156 calorías) y el grande (500 ml, 210-260 calorías) es considerable. La ventaja que ofrecen las bebidas refrescantes sin azúcar es que el valor energético es cero, con independencia del tamaño. Ahora bien, el consumo continuado de refrescos no es saludable: los de cola contienen ácido fosfórico y, en exceso, provocan un efecto desmineralizante del hueso; la acidez y el alto contenido en azúcares de los refrescos, también de los zumos, deterioran el esmalte de los dientes y favorecen la caries; las bebidas con gas se asocian a episodios de aerofagia, acumulación de gases en el estómago y en el intestino, lo que dificulta la digestión; y si contienen cafeína, pueden resultar excitantes y acentúan la ansiedad y el insomnio.

### El tamaño de las raciones

Es habitual la imagen de un cliente que pide una hamburguesa y el camarero le pregunta si desea otra de tamaño mayor por sólo 1 euro más. Decir que sí supone un aporte extra de 200-400 calorías que, sumado al resto del menú, puede ascender hasta 1.500 calorías, más de la mitad de la ingesta energética recomendada para una persona adulta (2.400 en un hombre, 2.000 en una mujer).

En Estados Unidos, en cuestión de 20 años, una porción de un refresco ha registrado un incremento de 261 gramos, en el caso de una hamburguesa el aumento es de 50 gramos, 23 gramos en los aperitivos salados, y 120 gramos más en las patatas fritas. Fue a finales de los años 80 cuando una reconocida cadena de restauración comercializó, primero en EEUU y años más tarde en España, el tamaño "super size" para los refrescos y las patatas fritas. Esta sobredimensión ha invadido todos los segmentos de la industria alimentaria y ha llegado



a nuestro país. En estos momentos la experta mundial en nutrición Lisa Young advierte de que un cubo de palomitas de maíz es lo suficientemente grande como para alimentar a toda una fila de personas en el cine. Aún resulta más sorprendente que los sostenedores de tazas de los coches americanos se hayan fabricado con un tamaño superior para sujetar las bebidas gigantes de uno o dos litros. El tamaño mediano actual equivale al tamaño grande de hace unas décadas, pero el cliente no paga mucho más por este aumento. Sin embargo, el exceso de comida se cobra su precio, no en dinero, pero sí en la salud del consumidor.

Está demostrado que cuanto mayor es la disponibilidad de adquirir alimentos y mayor es la porción, más se come, y no siempre se es consciente de esta conducta. Una persona no siente en general mucho reparo en comerse una magdalena tipo *muffin* de camino a casa o al trabajo, pero se lo pensaría dos veces antes de comer las cinco rebanadas de pan a las que equivale. Otro ejemplo claro es el de los establecimiento tipo bufé; los desayunos, comidas y cenas consumidos en estos lugares distan mucho de

la cantidad de alimentos que, de manera habitual, se toman en casa.

### Calorías a la carta, ¿elemento disuasorio?

En 2006 el Departamento de Salud de Nueva York redactó un documento que exigía a las cadenas de restaurantes que incluyeran de manera clara y concisa las calorías de todos los platos de sus menús. Dos años más tarde se puso en marcha una versión revisada como una estrategia más de este departamento en su compromiso por reducir las tasas de obesidad de la ciudad.

Las autoridades sanitarias justifican esta propuesta ante los resultados de estudios que avalan la utilidad de esta medida. Según sus promotores, ayuda a aumentar la conciencia sobre lo que se come y hace que se consuman un 15% menos de calorías. Sin embargo, los autores del informe publicado en el *Journal of Consumer Research* no lo tienen tan claro. Aseguran que es mayor la propensión de las personas a subestimar el contenido energético de los platos principales y guarniciones en los restaurantes que informan de las ofertas saludables respecto a los establecimientos que no hacen esa alusión.//

Está demostrado que cuanto mayor es la porción ofertada, más se come