

ARTÍCULO Nº 13

EL AZÚCAR OCULTO EN TU COMIDA

Un yogur de frutas Danone “0%”, 4 terrones de azúcar. Un brik de 200 mililitros de salsa de tomate Hacendado, otro tanto. Una porción de 50 g. de cereales infantiles para el desayuno de Kellogg’s, 4,6 terrones. Y un café Mocca Blanco Venti de Starbucks, con nata y sirope de chocolate, la prodigiosa cantidad de 20.

La OMS recomienda [reducir a una cuarta parte](#) (25 gramos diarios) el azúcar que se ingiere de media en Europa occidental. Pero cuando consumimos cualquiera de esos alimentos, rara vez somos conscientes de la cantidad que nos estamos metiendo en el cuerpo, a pesar de que este ingrediente [puede crear dependencia](#) y su abuso [produce sobrepeso, diabetes, caries o riesgo cardiovascular](#). O no leemos las etiquetas donde se indica, o no entendemos a qué corresponden exactamente las cantidades que allí se indican. Esta ceguera es la que empujó a Antonio Rodríguez Estrada a crear [SinAzúcar.org](#), una iniciativa para difundir imágenes en las que los productos aparecen acompañados de la cantidad de azúcar que contienen, medido en una unidad familiar y comprensible para todos: el terrón.

“Una de las causas de la epidemia de obesidad actual es el abuso de productos industriales en la alimentación diaria”, explica este fotógrafo entusiasta de la alimentación sana.

“SinAzúcar.org pretende visualizar el azúcar oculto en estos alimentos procesados de una forma simple y gráfica para que puedan ser compartidas fácilmente a través de las redes sociales. Es mi granito de arena para mejorar los hábitos de consumo”.



Aunque la idea quizá no sea muy original -la web estadounidense [Sugar Stacks](#) o la cuenta de Instagram [@dealerdesucre](#) llevan haciendo algo similar desde hace tiempo-, el proyecto presenta dos novedades: los productos retratados provienen del mercado español y las imágenes, brillantes y pulidas, imitan deliberadamente la estética publicitaria con la que se suelen anunciar. “La industria alimentaria nos presenta sus productos de forma brillante para seducir al consumidor. Si queremos luchar contra este marketing debemos ser capaces de ponernos a su nivel y usar sus propias armas para crear imágenes atractivas que comuniquen eficazmente”, asegura el fotógrafo, que terminó hace unos meses un curso de nutrición deportiva en el [Instituto de Ciencias de Nutrición y Salud](#).

Rodríguez Estrada comenzó publicando fotos de productos con grandes cantidades de azúcar, como las bebidas azucaradas. Pero enseguida entendió que sorprendían más los alimentos en los que este ingrediente resulta más inesperado, como una salsa de tomate o un yogur para bebés. Por ello ha decidido dar prioridad a la denuncia de este tipo de comestibles frente a los que el consumidor baja la guardia con más facilidad, sobre todo cuando presentan reclamos saludables como "0%" o vienen avalados por sociedades médicas sin demasiados escrúpulos.

¿QUÉ TENGO QUE HACER CON ESTO?

Debes hacer una redacción personal, ESCRITA A MANO, en la que aparezcan al menos los siguientes apartados:

- * Un resumen del artículo
- * Un comentario personal sobre el mismo (estás de acuerdo o en desacuerdo, te parece útil la información, es discutible con otros datos consultados, es difícil de llevarlo a cabo, etc.)
- * Una comparación con tus hábitos individuales (extenderse en éste apartado, con referencias a tus hábitos de vida, o los de tu familia o grupo de amigos).
- * Propón un juego, actividad o ejercicio donde se pueda mejorar o trabajar el contenido del artículo.

Debes hacer la redacción de 1 carilla (1º, 2º y 3º de ESO) o 1-2 carillas (4º ESO y 1º Bachillerato) y se tendrá en cuenta en su valoración lo siguiente:

- * 40% el contenido (si lo que dices tiene lógica, si has captado bien la información...)
- * 30% la expresión (si has logrado escribir bien lo que querías decir).
- * 30% las faltas de ortografía y caligrafía.

¡¡¡NO OLVIDES PONER EL NOMBRE Y APELLIDOS Y EL CURSO!

