

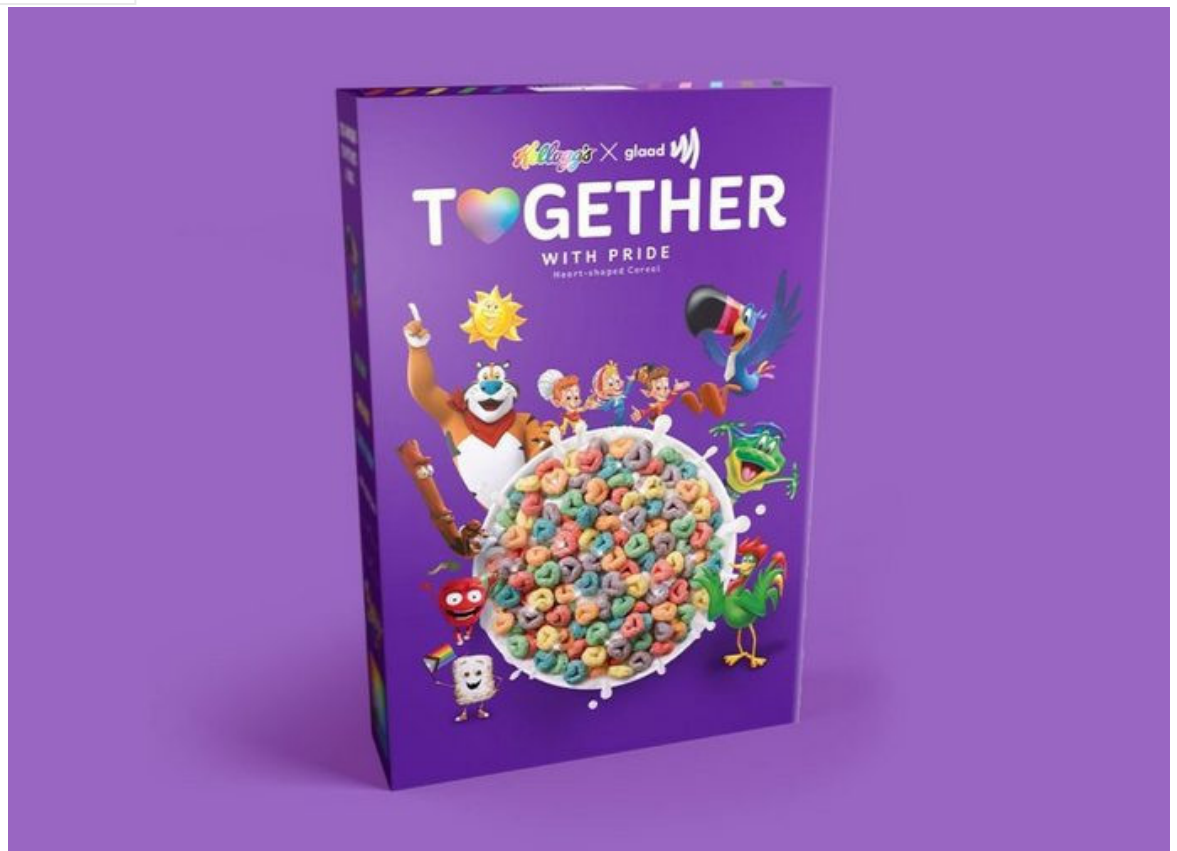
PROPAGANDA

Doctrina LGTB en el desayuno, la receta de Kellogg's

EDUCAZIONE

20-05-2021

Patricia
Gooding-
Williams



Junio es el mes del orgullo gay y Kellogg's, el famoso fabricante de cereales, ha lanzado al mercado para celebrarlo un nuevo cereal con forma de corazón y con los colores del arco iris, de edición limitada. Ya esta misma semana, los niños de Estados Unidos

pueden empezar su día sumergiéndose en una creación original de su marca de cereales favorita. La iniciativa de este año –“Juntos con orgullo”- es un cereal con los colores del arco iris, aromatizado con frutas del bosque y cubierto de purpurina comestible para añadir ese toque de magia que a todos los niños les encanta. Y una vez enganchados, Kellogg’s está preparado para aprovechar al máximo la receptividad cerebral de los estudiantes, que está en su punto álgido por la mañana. Mientras mastican inocentemente sus cereales antes de ir al colegio, Kellogg’s espera que la experiencia sensorial también permita a los niños digerir de forma natural el objetivo para el que fue creado: celebrar a quienes se sientan a la mesa y mostrar su apoyo a la comunidad LGBTQ+.

La decisión de la famosa multinacional estadounidense de comercializar productos vinculados a su compromiso con la causa LGBTQ+ es consecuencia de una colaboración con GLAAD (*Gay & Lesbian Alliance Against Defamation*) que comenzó en 2019. Kellogg’s ha asumido así el papel de patrocinador oficial del *Spirit Day*, el día contra el acoso homófobo inventado en Internet en 2010, que se celebra en octubre y tiene el color morado como distintivo. La participación de Kellogg’s incluye el apoyo financiero a GLAAD “para apoyar sus esfuerzos contra el acoso y la defensa de las personas LGBTQ”.

Este año, Kellogg’s ha adelantado a junio la venta de esta edición especial del cereal y se ha comprometido a donar 3 dólares a GLAAD por cada caja comprada si los consumidores suben el ticket a *Kellogg’s Family Rewards* (el sitio donde se encuentran las promociones y recompensas para los consumidores). Teniendo en cuenta que el precio de venta sugerido es de 3,99 dólares, la contribución de Kellogg’s a la causa es extraordinariamente generosa. Los beneficios de este producto, que suponen el 75% del coste de cada caja de cereales vendida, han sido prácticamente eliminados para que GLAAD disponga de los medios financieros necesarios para llevar a cabo el “cambio de cultura” que pretende.

La asociación de Kellogg’s con GLAAD que durará al menos cinco años y que comenzó en 2019 con la creación de *All Together Cereal*, está claramente respaldada por un ambicioso plan de negocios. La edición de 2019 sirvió para poner un pie en el mercado: una venta especial de un solo día y exclusivamente online. “Disponible hasta agotar existencias el jueves 17 de octubre, para su venta online a través de *Kelloggstore.com*”, rezaba el eslogan: así es como la primera caja de cereales llevó el *Spirit Day* a la mesa del desayuno.

Este año, sin embargo, el proyecto es mucho más ambicioso: el cereal, “Juntos con orgullo 2021”, se ha hecho más accesible gracias a algunas de las principales cadenas de

supermercados del país, para poder llegar a más personas con la propaganda inclusiva del proyecto, que se explica en una leyenda en la parte posterior de la caja: “Creemos que todos los jóvenes y los que son jóvenes de corazón merecen un entorno en el que puedan crecer para ser ellos mismos. Por eso unimos fuerzas con GLAAD en el *Spirit Day* pintando de morado esta caja para luchar contra el acoso en todas sus formas y abogar por un mundo más acogedor para los jóvenes LGBTQ”.

Sabiendo que es más fácil retener la información si los estudiantes se divierten mientras aprenden, y para asegurarse de que el mensaje quede grabado, el envase de Kellogg's atrae a sus jóvenes consumidores con el tradicional juego en el lateral de la caja. Un rápido cuestionario invita a los niños a mezclar y combinar sus pronombres, con las opciones estándar “él/suyo”, “ella/suya” y “ellos/sus”, seguidas de espacios en blanco para inventar los suyos propios, porque en el nuevo Kellogg's/Culture GLAAD, los niños no tienen que ser definidos por su género para convertirse en su “mejor yo”. Es la normalización de la opinión.

Curiosamente, la historia de los cereales Kellogg's está ligada a la reforma “moral” desde el principio. El doctor John Harvey Kellogg era adventista del séptimo día, una confesión cristiana que sigue una dieta vegetariana muy estricta y que relaciona el consumo de alimentos con las enfermedades e incluso con las pasiones insanas. Así, inventó en 1894 los famosos copos de maíz como dieta saludable para los pacientes del sanatorio en el que trabajaba, porque pensaba que un alimento deliberadamente insípido podía ayudar a suprimir las pasiones sexuales, en particular la masturbación, que el doctor Kellogg consideraba insana, anormal y un grave pecado.

Es curiosa la continuidad de pensamiento que sostiene que los cereales pueden cambiar los valores morales: en cualquier caso, los valores que se proponen hoy en día parecen ser exactamente los opuestos a los defendidos por el doctor Kellogg. E incluso más eficaces.