

AGGIORNAMENTO SCIENTIFICO

NEGLI SPOT IN TV TROPPI GRASSI E ZUCCHERO

Se si dovessero seguire i consigli pubblicitari mandati in onda in televisione, si finirebbe con il mangiare troppi grassi, zucchero e sale. Lo spiegano in un articolo pubblicato sul Journal of American Dietetic Association Michael Mink e colleghi della Armstrong Atlantic State University.

Secondo gli autori dello studio, l'ubiquità della televisione in America la rende un potenziale fattore importante per la creazione di un ambiente "obesogenico", cioè che favorisce l'obesità. Gli spot in tv sono di fatto una proposta di regime alimentare. Da queste considerazioni nasce l'idea di paragonare il contenuto nutrizionale dei cibi proposti dalla pubblicità con le linee guida sull'alimentazione.

A questo scopo sono state analizzate 84 ore di programmazione mandate in onda in prima serata e il sabato mattina durante l'autunno del 2004. Dal test è emerso che un'alimentazione basata sui cibi offerti dagli spot avrebbe 25 volte il valore di zucchero consigliato, 20 volte quello di grassi e solo il 40% delle porzioni di verdura ottimali, il 32% di latticini e il 27% di frutta. Nel complesso il menu giornaliero risulterebbe troppo ricco in proteine, grassi, grassi saturi, colesterolo e sodio, e povero in carboidrati, fibre, vitamine A, E e D, acido pantotenico, ferro, fosforo, calcio, magnesio, rame e potassio.

In effetti, un'ipotesi che trova alcune conferme è che la pubblicità modifichi le preferenze dei consumatori. Uno studio ha per esempio mostrato quanto risultino persuasive le promozioni rivolte ai bambini, in particolare quando usano i personaggi più celebri dei cartoni animati. La ricerca è stata condotta da Christina Roberto e colleghi della Yale University, e pubblicata sul numero di Pediatrics del 21 giugno. Si è visto che i bambini nella fascia di età 4-6 anni trovano più gustosi i biscotti, le caramelle e perfino le carote, quando sulla confezione sono stampati personaggio riconoscibili come Dora, Scooby Doo o Shrek. Per esempio, nel caso dei biscotti il 55% dei bambini ha detto che quelli con il personaggio avevano un gusto migliore, rispetto al 37% che ha scelto la risposta "stesso sapore" e al 7% che ha preferito quelli senza personaggio. I risultati per le caramelle gommosi alla frutta sono stati simili, mentre nel caso delle carote è emersa una preferenza meno marcata.

In entrambi i casi gli studi terminano con un appello alla regolamentazione della pubblicità dei prodotti alimentari con un alto contenuto calorico e un basso valore nutritivo.

Fonte:

Nutritional imbalance endorsed by televised food advertisements. Mink M, Evans A, Moore CG, Calderon KS, Deger S. J Am Diet Assoc. J Am Diet Assoc. 2010 Jun;110(6):904-10.