

AGGIORNAMENTO SCIENTIFICO

BAMBINI E FAST FOOD, UN LEGAME INDOTTO

Più i bambini vedono in tv la pubblicità dei ristoranti fast food, più desiderano e chiedono di andarci. Secondo uno studio pubblicato sul Journal of Pediatrics, gli spot televisivi indirizzati ai più piccoli aumentano la frequenza delle visite familiari a questo tipo di ristoranti. È possibile che gli spot agiscano attraverso l'offerta dei giochi in regalo. Uno studio svolto negli Stati Uniti ha valutato l'associazione tra l'ascolto della pubblicità televisiva dei menu per bambini dei fast food e la frequenza della visita a questo tipo di ristorante.

Allo studio, condotto nel 2011, hanno partecipato un centinaio di genitori di bambini tra i 3 e i 7 anni. Agli adulti è stato chiesto quali fossero le abitudini davanti allo schermo dei figli e la frequenza delle visite ai ristoranti fast food coinvolti nelle campagne pubblicitarie per bambini. Ai genitori è stato anche chiesto se i bambini desiderassero i giocattoli offerti dalle catene di ristoranti.

Secondo i ricercatori, il 37% dei genitori riferiva visite più frequenti ai fast food presenti negli spot, il 54% dei bambini chiedeva di andarci e il 29% prendeva il gioco. Inoltre, i bambini più grandi chiedevano visite più frequenti.

Fonte:

J Pediatr. 2015 Oct 22. pii: S0022-3476(15)01137-3. doi: 10.1016/j.jpeds.2015.09.063. [Epub ahead of print]Commercial Television Exposure, Fast Food Toy Collecting, and Family Visits to Fast Food Restaurants among Families Living in Rural Communities. Emond JA, Bernhardt AM, Gilbert-Diamond D, Li Z, Sargent JD.