

AGGIORNAMENTO SCIENTIFICO

GLI SPOT INFLUENZANO LE SCELTE ALIMENTARI DEI BAMBINI

Negli Stati Uniti si discute molto sul ruolo della televisione e degli spot nel determinare le scelte alimentari dei bambini. La pubblicità delle merendine e dei fast food potrebbe indurre i bambini a scelte poco sane, tanto che il tempo passato davanti alla tv è considerato da alcuni esperti un fattore di rischio per l'obesità. Ma è lo stile di vita poco attivo che porta a vedere molta tv e molti spot, o sono gli spot che inducono a mangiare il "cibo spazzatura"? In questo contesto, quale ruolo possono avere i genitori? La ricerca pubblicata sul Journal of Pediatrics ha valutato l'impatto della pubblicità sulle scelte fatte dai bambini, la forza di queste scelte e l'eventuale forza di persuasione dei genitori.

Sono stati coinvolti 75 bambini tra i 3 e gli 8 anni, che guardavano la tv in media per tre ore al giorno. Nel test alcuni bambini guardavano programmi televisivi intervallati da pubblicità di snack di mele, altri, sempre scelti a caso, guardavano programmi con spot di patatine fritte. In ognuno di questi due gruppi alcuni bambini ricevevano consigli dai genitori, altri erano lasciati liberi di scegliere di mangiare quello che volevano.

È emerso che i bambini tendono a scegliere il prodotto pubblicizzato e che l'intervento dei genitori ha un effetto modesto. "I risultati suggeriscono che l'influenza della pubblicità sulla scelta di cibi salutari dei bambini può essere considerevole" scrivono gli autori, aggiungendo che "l'influenza dei genitori ha solo un lieve effetto di moderazione degli spot".

Fonte:

Advertising Influences on Young Children's Food Choices and Parental Influence. Ferguson CJ, Muñoz ME, Medrano MR. J Pediatr. 2011 Oct 7. [Epub ahead of print]