

30 aprile 2012 18:43

 **USA: Obesita'. Complice pubblicita' tv su fast food. Ricerca**

La pubblicita' televisiva dei fast food e' associata con l'obesita' giovanile. E' quanto sostiene una ricerca del Dipartimento di Pediatria presso il Children's Hospital di Dartmouth, Dartmouth-Hitchcock Medical Center, presentata al meeting annuale delle Pediatric Academic Societies (PAS) in corso a Boston. Gia' precedenti ricerche hanno dimostrato che guardare la tv e' un'attivita' associata all'obesita': gli autori della ricerca, guidati da Auden C.

McClure, hanno cercato di determinare se su questa malattia influiscano anche le pubblicita' dei fast food. Lo studio e' stato condotto su 3.342 giovani tra i 15 e i 23 anni: i partecipanti sono stati interrogati su dati quali altezza, peso, eta', sesso, etnia, status socio-economico, esercizio fisico, consumo di bibite e bevande dolci, frequentazione di self service, tempo trascorso davanti alla tv e consumo di snack durante la visione.

Inoltre, ai partecipanti sono stati mostrati, oltre a 20 annunci di pubblicita' relative ad alcolici, anche 20 frame selezionati da spot televisivi di ristoranti self service senza l'indicazione del marchio: a loro e' stato chiesto loro se ricordavano l'annuncio e se lo associavano con il rispettivo marchio. I risultati hanno mostrato che circa il 18 per cento dei partecipanti intervistati era in sovrappeso e il 15 per cento era obeso. La percentuale di giovani obesi e' risultata significativamente piu' elevata tra coloro che hanno riconosciuto gli annunci rispetto a quelli che ne hanno riconosciuti solo alcuni (17 per cento contro 8,3 per cento).

"Una simile associazione con l'obesita' non e' stata riscontrata nella familiarita' con gli spot di alcolici - ha detto McClure - suggerendo che il rapporto era relativo specificamente alle pubblicita' di fast-food. Va inoltre precisato che i risultati non sono legati soltanto alla sedentarieta' connessa alla visione televisiva".

Allo stesso tempo dalla ricerca emerge anche che mangiare piu' frequentemente al fast food non e' associato con l'obesita'.

"Le persone che hanno maggiore familiarita' con questi annunci - ha spiegato il coautore James D. Sargent - hanno modelli di consumo alimentare che includono marchi ad alto contenuto calorico o sono particolarmente sensibili a segnali visivi che spingono verso il cibo".