

### LA PUBLICIDAD EN LA ALIMENTACIÓN INFANTIL

Recientemente la propia Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Food and Agriculture Organization (FAO) han concluido que el marketing pensado para los pequeños, sobre todo el de comidas de alta densidad energética y comidas tipo 'fast food', es probablemente una de las múltiples causas que influyen en el aumento de la incidencia de esta enfermedad crónica, la obesidad.



Los anuncios de televisión dirigidos al público infantil, se concluye que casi la mitad de los alimentos anunciados no pueden ser incluidos en una dieta saludable, es decir, se anuncia lo contrario a lo que se recomienda como sano. Predominan los anuncios de productos con demasiados azúcares y grasas, dejando de lado el consumo de frutas y verduras.



Y el objetivo del marketing es conseguir que los pequeños reconozcan y diferencien productos en particular y sus logotipos.

La publicidad, en muchos casos es desleal, ya que es evidente que los pequeños no pueden entender la naturaleza persuasiva del anuncio.

Los medios de comunicación ejercen una gran influencia en los niños, hecho que afecta en gran medida a los malos hábitos de alimentación. La psicóloga Natalia Landa asegura que los niños son víctimas de la publicidad. "Son muy influenciables y los publicistas lo saben. Por eso gran parte de los anuncios se dirigen a ellos porque si el niño quiere algo conseguirá arrastrar a toda la familia

Visítanos en la página web a color

Por cualquier consulta contáctenos a [comedorcs@gcguy.com](mailto:comedorcs@gcguy.com) abril 2010