

COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS PARA NIÑOS EN CANADÁ: UNA REVISIÓN DE ALCANCE BASADA EN LOS ESCENARIOS SOBRE LA EXPOSICIÓN, EL PODER Y EL IMPACTO

Autor: Prowse, R

Fuente: Health Promot Chronic Dis Prev Can. 2017 Sep; 37 (9): 274 – 292. Revista de acceso abierto.

Sinopsis: El desarrollo de los niños tiene lugar en su entorno cotidiano. Los lugares donde los niños viven, aprenden y juegan son factores críticos para determinar su salud actual y futura. La comercialización de alimentos afecta el conocimiento, preferencias, comportamientos y salud de los niños. El impacto de la comercialización de alimentos en las preferencias y comportamientos de los niños depende de su exposición y el poder de los mensajes de mercadeo.

Métodos: Se realizó una búsqueda sistemática en ocho bases de datos de salud, psicología y negocios entre enero de 2000 y septiembre 2016, se escogieron artículos basados en criterios de inclusión a priori, a través de la selección sistemática de títulos, resumen y texto completo.

Conclusión: la creación de entornos que admiten dietas saludables para los niños es una prioridad en Canadá como una estrategia para reducir la prevalencia de la obesidad infantil. La comercialización de alimentos en los entornos donde los niños comen, compran, aprenden y juegan, los exponen a alimentos “chatarras” inconsistentes con dietas saludables. Se necesitan acciones complementarias del gobierno, la industria y las comunidades, para abordar la naturaleza multifacética de la potente comercialización de alimentos.

Artículo revisado y recomendado por

Dra. Katyuska Mata Alfonzo

Pediatra, Presidente filial Nueva Esparta

Link: <https://doi.org/10.24095/hpcdp.37.9.03>

