Especialista advierte sobre el impacto del marketing en la alimentación de niñas y niños

https://radionuevomundo.cl/wp-content/uploads/2023/08/082323-JUVENTUDES.mp3

La académica de la Escuela de Psicología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Fernanda Mediano, plantea la fuerte influencia de la publicidad en las preferencias alimentarias de niños, niñas y adolescentes que pueden afectar notoriamente su salud.

La especialista, quien participará mañana jueves 24 de agosto en el coloquio “Efectos del marketing de alimentos: una aproximación experimental para informar políticas públicas”, indicó que en el caso de niños el impacto de los productos no sólo genera fidelidad con respecto a una marca en particular, sino también con el tipo de producto en general, lo que podría reforzar mucho más una mala práctica alimentaria.

Fernanda Mediano precisó que Chile posee la regulación más completa de marketing de alimentos no saludables en el mundo. Sin embargo, dado el incremento de la exposición a las pantallas de la adolescencia y la niñez, es necesario aumentar la regulación de la publicidad en internet y en el formato digital, donde cada vez estos grupos etarios están más expuestos.