

I Determinanti di Salute

Come la sedentarietà
diventa obesità

(e come comunicarlo al meglio)

di Irene Mingozi



Cosa si intende per “determinanti di salute”

Sono elementi di rischio che interagiscono (da soli o combinati) nell'impostare, mantenere e alterare le condizioni di salute nel corso della vita.

Qualche esempio:

- ▣ Genere sessuale
- ▣ Stile di vita
- ▣ Alimentazione
- ▣ Istruzione
- ▣ Abitazione e area di residenza
- ▣ Condizioni socio-economiche
- ▣ Condizioni dell'ambiente
- ▣ Ereditarietà genetica



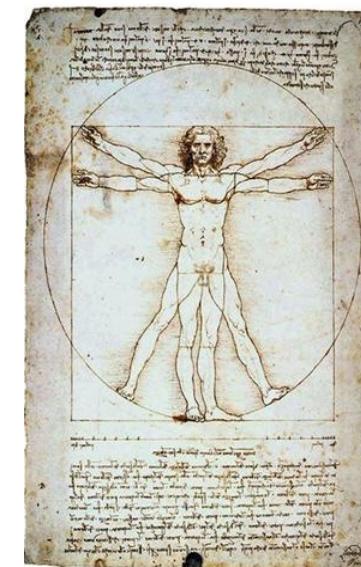
Cosa di intende per “obesità”:

L'obesità è una condizione caratterizzata da un eccessivo aumento del peso, per eccessiva formazione di adiposità nel tessuto sottocutaneo.

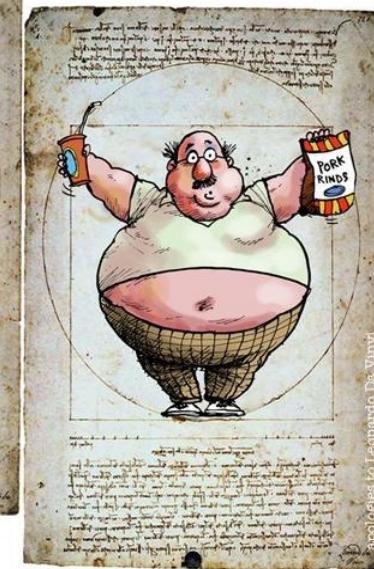
Costituisce un serio fattore di rischio salute per l'individuo.

Possibili conseguenze dell'obesità:

- Ictus e infarti
- Ipertensione
- Arteriosclerosi
- Patologie vascolari
- Malattie coronariche
- Artropatie, osteoartrosi
e altre patologie simili.



THEN..



Now...

Apologies to Leonardo Da Vinci

Obesità Infantile



In Italia il 10% dei bambini di 8/9 anni è obeso.

Il 36% ha le premesse per diventare un adulto obeso.



**Vediamo ora il rapporto esistente tra
i caratteri di una vita sedentaria, in
particolare l'uso di Electronic Media,
e l'obesità infantile.**



Perché l'utilizzo di TV, videogiochi e computer (EM) favorisce l'obesità?

↳ Non permette lo smaltimento di grassi

↳ Toglie tempo alle attività fisiche

↳ Favorisce il consumo di snack

↳ Diminuisce le ore di sonno

↳ Tramite questi canali vengono pubblicizzati cibi grassi e bevande zuccherate

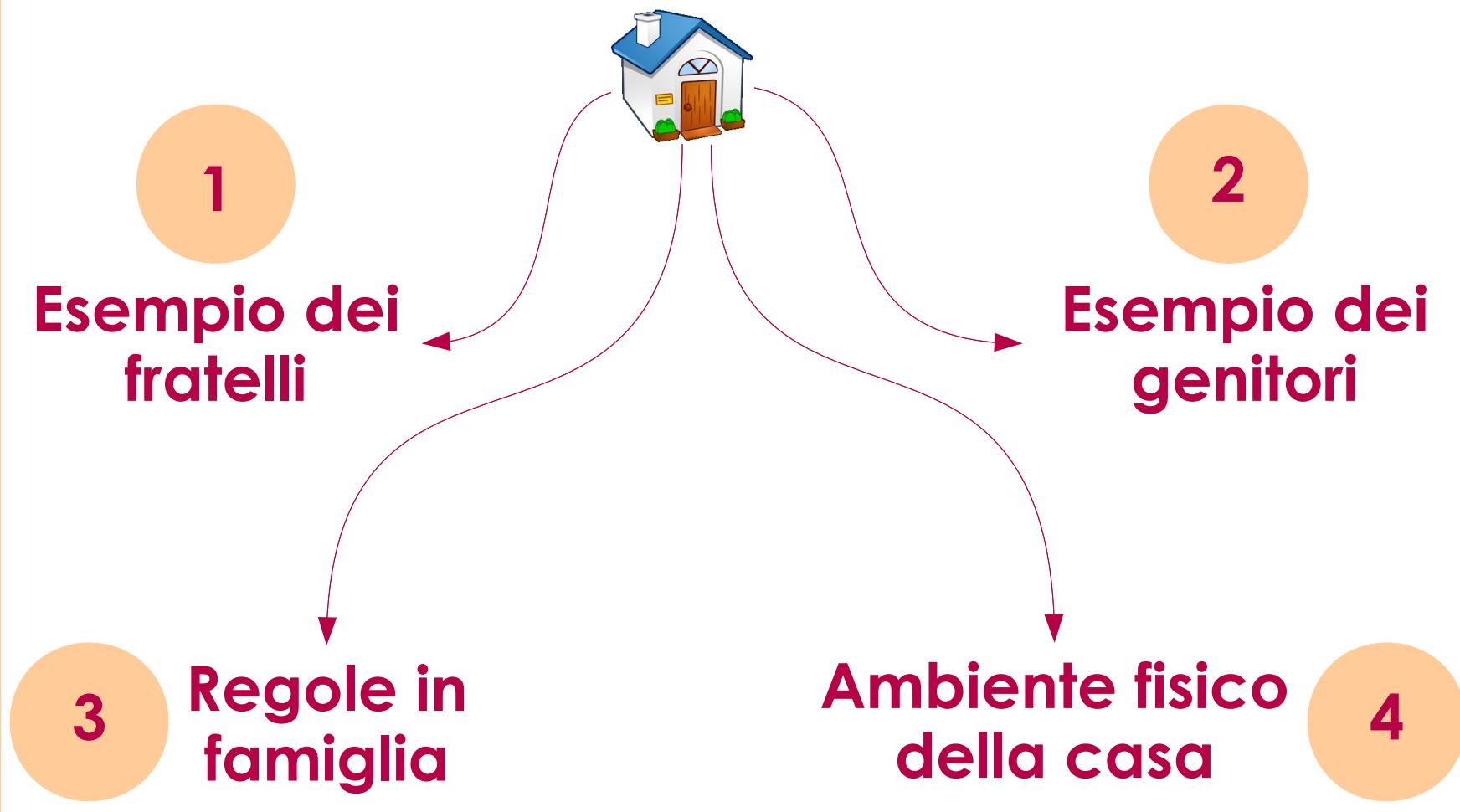
(Per 1\$ speso dalla WHO per migliorare l'alimentazione della popolazione mondiale, la food industry spende 500\$ nella promozione di junk food)





Per pianificare interventi di comunicazione mirati a diminuire l'uso di EM da parte dei bambini (e di conseguenza l'obesità) è necessario ricercare i fattori che ne incentivano l'utilizzo.

I fattori che più influenzano l'uso di EM sono presenti nell'ambiente familiare



1

Esempio dei fratelli

💻 Soprattutto se maggiori

💻 Soprattutto se maschi

💻 Soprattutto se dello
stesso sesso

💻 Questo avviene anche
per le attività fisiche (+)



2

Esempio dei genitori

▀ Per il genitore che torna stanco dal lavoro è comodo far passare la TV o il videogioco come “family time”

▀ Soprattutto si segue l'esempio del genitore dello stesso sesso



3 Regole in famiglia

■ Mamme “gatekeeper”



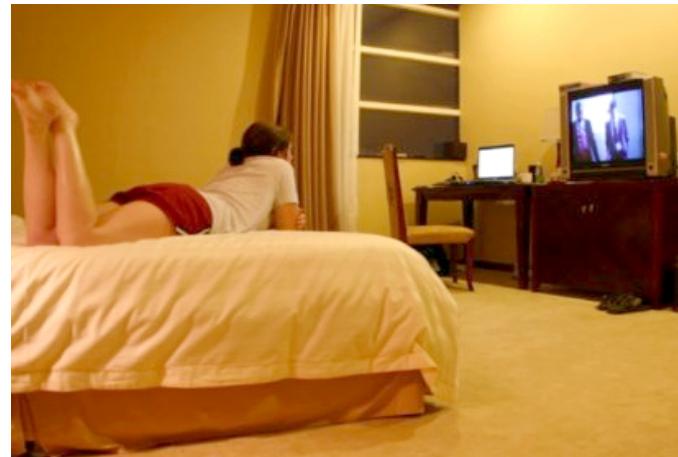
■ Riguardano la mattina, la precedenza dei compiti e il limite di tempo

■ Le attività fisiche vengono erroneamente percepite come bilanciamento dell'uso di EM

■ Non sempre vengono fatte rispettare perché gli EM distraggono i figli e permettono il riposo dei genitori

4

Ambiente fisico della casa



💻 Numero degli EM

💻 Presenza o meno in camera da letto

💻 Presenza o meno di alternative (giardino, piscina,
parco vicino, amici vicino...)



Quali conclusioni utili possiamo trarre per una comunicazione che riesca efficacemente a prevenire/ridurre l'obesità?





Il coinvolgimento dei familiari nei programmi di intervento per diminuire l'utilizzo di EM e di conseguenza l'obesità è stato dimostrato essere di importanza strategica per riuscire a far mantenere ai bambini un determinato comportamento.

EDUCAZIONE

È necessario prima di tutto educare le famiglie al corretto uso degli EM poiché molte non ne conoscono i reali rischi per la salute.



Un ottimo esempio: www.letsmove.gov

LET'S MOVE!
America's Move to Raise a Healthier Generation of Kids

HOME • BLOG • ABOUT LET'S MOVE • SIGN UP FOR EMAIL UPDATES

Search LetsMove.gov **GO**

Learn the Facts
RAISING HEALTHIER KIDS

Eat Healthy
FOOD & NUTRITION

Get Active
PHYSICAL ACTIVITY

Take Action
SIMPLE STEPS TO SUCCESS

Join Us
LET'S MOVE TOGETHER



Healthy Kids Act

The First Lady joins President Obama to sign the Healthy, Hunger-Free Kids Act of 2010 – a major step forward in our nation's effort to provide all children with healthy food in schools.

[READ MORE](#)

◀ 1 2 3 4 5 ▶

Un ottimo esempio: www.letsmove.gov

In particolare:





Un ottimo esempio:
Belgian Association for Obese Patient ➔

Encourage your children
to do more sport.



BIBLIOGRAFIA

Angus K., Gordon R., Hastings G., McDermott L., Stead M., *A review of the effectiveness of social marketing nutrition interventions*, National Social Marketing Centre, 2006.

Biosca M., Moreno L.A., Réy-Lopez J.P., Vincente-Rodríguez G., *Sedentary behaviour and obesity development in children and adolescents in Nutrition, Metabolism & Cardiovascular Diseases*, Volume 18, NMCD, 2008, pp. 242-251.

Blair-Stevens C., Fattori G., French J. (a cura di), *Guida operativa al Marketing Sociale*, Modena, Artestampa, 2009.

Dalmeny K., Hanna E., Lobstein T., *Broadcasting bad health. Why food marketing to children needs to be controlled*, IACFO, 2003.

Datamonitor (2002) *Childhood Obesity: How obesity is shaping the US food and beverage markets*.

Granich J., Knuiman M., Rosenberg M., Timperio A., *Understanding children's sedentary behaviour: a qualitative study of the family home environment* in *Health Education Research*, Volume 25, Issue 2, Oxford, Oxford University Press, 2008, pp. 199-210.

Istituto Superiore di Sanità, *OKkio alla SALUTE: sistema di sorveglianza su alimentazione e attività fisica nei bambini della scuola primaria. Risultati 2008*.

Lobstein T., Frelut M.L., *Prevalence of overweight among children in Europe*, in *Obesity Reviews*, Nov 2003.

Mazzocchi M., Capacci S., Hansstein F., *I numeri dell'obesità nelle regioni italiane*, Agriregioneuropa, 2009.

SITOGRAFIA

al 10 gennaio 2011

www.earthscan.co.uk

www.hhs.gov

www.iss.it

www.letsmove.gov

reboot.fcc.gov/parents/media-and-childhood-obesity

www.salute.gov.it

www.who.int