

Número 113,

COMUNICAÇÃO

Proteção à criança dos efeitos da publicidade começa no berço

Ainda estamos longe da Suécia, que já banuiu a publicidade dirigida ao público infantil, com apoio de 88% da população. Mas, pelo menos, fechamos o ano com alguns avanços na legislação

por Lalo Leal, para a RBA | publicado 17/01/2016 20:05, última modificação 06/02/2016 10:13

ABR



Exposição: basta a criança se aproximar dos 3 anos para começar a receber diretamente a carga publicitária

A publicidade não poupa ninguém. Nem mesmo os recém-nascidos, alvos das campanhas publicitárias desde os primeiros dias de vida. São apelos para o consumo de fraldas descartáveis, papinhas, mamadeiras, chupetas, bicos e outros produtos, alguns de utilidade duvidosa.

Um decreto do governo federal pode ajudar a reduzir os efeitos negativos desses produtos à saúde dos bebês. Publicado recentemente, restringe qualquer ação promocional desse tipo, incluindo publicidade, descontos, brindes, exposições especiais em supermercados e outras ações semelhantes.

Fica também proibida a utilização de fotos, desenhos e ilustrações que induzam ao uso, com expressões como “baby”, “kids”, “ideal para o seu bebê”, além da utilização nas mensagens de personagens de filmes e de desenhos animados. No caso específico dos bicos, mamadeiras e chupetas, deverá haver sempre um aviso aos pais sobre os prejuízos que o uso desses produtos podem causar ao aleitamento materno.

Também aqueles potinhos de alimentos industrializados consumidos por crianças de menos de três anos estão na mira da regulamentação. Autoridades da área da saúde recomendam que os bebês sejam amamentados por até dois anos ou mais e que o leite materno seja o único alimento da criança até o sexto mês de vida.

Pesquisas mostram que o leite materno protege as crianças contra diarreias, pneumonias, infecções de ouvido e alergias. Contribui também para diminuir as chances de desenvolverem, quando adultas, doenças como diabetes, obesidade, hipertensão arterial e vários tipos de câncer.

Claro que na faixa inicial da vida a propaganda é dirigida aos pais. Mas bastou a criança se aproximar dos 3 anos para começar a receber diretamente toda a carga publicitária. Com a agravante de ainda não poder discernir entre o que é propaganda e o que é entretenimento e lazer.

Quantas gerações foram induzidas ao consumo precoce atraídas por apresentadoras simpáticas e afetivas que conquistavam a criança com esses atributos para, em seguida, mostrarem a sua verdadeira face de vendedoras

das mais variadas quinquilharias, de sandalinhas a brinquedos eletrônicos.

No caso dos alimentos, o cuidado que agora se verifica em relação aos bebês deve ser urgentemente estendido aos mais velhos. Os dados em relação ao crescimento da obesidade infantil no Brasil são assustadores. Segundo o Ministério da Saúde, o excesso de peso já atinge 52,5% da população adulta do país. O índice de obesidade é de 17,9%. Entre as crianças, uma em cada três, na faixa dos 5 aos 9 anos, está acima do peso.

Em novembro, o Senado deu um passo importante para proteger também as crianças mais velhas da publicidade. Foi aprovada a atualização do Código de Defesa do Consumidor, explicitando como abusiva a publicidade que “se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança” e as que induzam diretamente ao consumo, causem sentimento de inferioridade ou usem crianças e adolescentes como porta-vozes diretos da mensagem de consumo.

Estamos ainda longe da Suécia que banuiu totalmente a publicidade dirigida ao público infantil há mais de dez anos. A decisão foi tomada após a divulgação de uma pesquisa nacional mostrar que 88% da população apoiava a medida. Por aqui, ainda não se fez esse tipo de pesquisa, mas acredito que, apesar de todas as diferenças econômicas e culturais entre os dois países, os resultados seriam semelhantes.

Apesar disso, neste momento, cabe aplaudir os pequenos avanços ocorridos ao final do ano passado, esperando que sirvam de sustentação para ações mais ousadas que levem ao final a resultados pelo menos próximos aos obtidos em países com a Suécia.