

Crianças demasiado expostas à publicidade de comida rápida e álcool

PUBLICIDADE EM QUESTÃO

Os médicos da Academia de Pediatras dos Estados Unidos pediram ao Congresso que legisle no sentido de limitar a difusão de publicidade sobre comida rápida, álcool, cigarros e estimulantes sexuais nas horas em que as crianças e os adolescentes têm maior acesso aos órgãos de comunicação.

Os jovens estão expostos a mais de 3 mil mensagens publicitárias diárias na televisão, internet, revistas e nos placards publicitários nas escolas, dizem os pediatras.

"Isto contribui de forma significativa para a obesidade dos jovens (...) e o consumo de álcool e de cigarros", adiantaram os especialistas que pedem ao Congresso que tome medidas restritivas.

Na televisão, 40 mil anúncios são emitidos nas horas em que se presume que mais público jovem esteja a ver. Metade destes anúncios são sobre comida rápida e "snacks" hipercalóricos. "As crianças raramente vêm publicidade aos brócolos", destaca, ironicamente, a associação que lembrou interesses do mercado destacando que as compras para crianças se elevam a 480 mil milhões de dólares anuais.

Nas revistas para a juventude há mais publicidade à cerveja (45%) e a bebidas alcoólicas fortes (27%) do que nas revistas para adultos, destaca a associação. Em média, por ano, um adolescente vê 2 mil anúncios à cerveja e ao vinho.

Os pediatras também manifestam preocupação pela quantidade de publicidade a medicamentos para a ereção enquanto quase nada há sobre meios contraceptivos.