

Televisão, obesidade e valores desprezíveis

Ramiro Marques

Os números são alarmantes. A percentagem de crianças e adolescentes obesos nos países materialmente desenvolvidos não cessa de aumentar. Nos EUA, há 2 milhões de adolescentes obesos na faixa etária dos 12 aos 19 anos de idade (1) com sintomas de pré-diabetes. O relatório do Center for Digital Democracy (www.democraticmedia.org) acusa as empresas de comida e de bebidas de fazerem um uso agressivo dos anúncios na *Internet* e nos jogos de vídeo. Esse abuso constitui um factor indutor de aumento da obesidade, induzindo as crianças e adolescentes a comerem mais e a consumirem *junk food*. Os anúncios televisivos constituem outro poderoso factor com efeitos nefastos nos hábitos alimentares de crianças e jovens.

Em Portugal, 12% das crianças dos 7 aos 11 anos de idade são obesas e 32% têm peso a mais (2).

Estamos perante um problema grave e face a ele podemos tomar duas atitudes: ou não fazemos nada, em nome da sacrossanta liberdade de expressão; ou estabelecemos limites à forma como essas empresas anunciam produtos alimentares na televisão e na *Internet*. A agravar este problema, está o facto de, por falta de segurança nas ruas, as nossas crianças passarem cada vez mais tempo em casa, em frente ao televisor, ao computador ou à consola (3).

Se considerarmos que há determinados produtos alimentares, anunciados a toda a hora na televisão, que, consumidos regularmente e em excesso, induzem ao aparecimento de doenças, não se compreende por que razão se há-de lidar com o problema de forma diferente com que se lida com o anúncio ao tabaco, ou seja, proibindo-o.

A maior parte dos conteúdos televisivos são uma droga pesada. A exposição demasiado prolongada à televisão constitui um dos factores mais negativos na educação e na saúde mental e física das crianças e adolescentes. Se quiserem reduzir os níveis de obesidade nas crianças e jovens, os pais têm de tomar uma atitude firme: reduzir o tempo de exposição à televisão. Uma maneira de o fazer é criar rotinas e horários. O Estado, através da entidade reguladora da comunicação social, deve aprovar directivas que penalizem os anúncios agressivos destinados a induzir as crianças a consumirem *junk food* e outro tipo de alimentos que, de acordo com a comunidade médica, potenciem a obesidade e diabetes. O problema é tão grave que se justificaria a criação de campanhas de informação, em larga escala, visando a redução do tempo de exposição das crianças à televisão, à semelhança das campanhas que se fazem contra o consumo do tabaco e de drogas ilegais. No fundo, num caso e noutro, estamos a falar de produtos extremamente nocivos à saúde mental e física das crianças.

A opinião pública ainda não está suficientemente esclarecida sobre os malefícios da exposição prolongada à televisão porque os directores de programação e os editores não estão interessados em dar notícia das conclusões dos milhares de estudos realizados sobre o assunto. Há um consenso generalizado sobre os resultados desses estudos. Com excepção dos estudos que são apadrinhados por estações de televisão, a investigação tem concluído que: i) a exposição regular e prolongada à televisão potencia a ocorrência de obesidade (4); ii) torna as crianças mais irascíveis; iii) agrava os problemas de visão; iv) agrava o isolamento social das crianças e dos jovens; v) prejudica o rendimento escolar (5). Podemos apontar, ainda, outros efeitos negativos, com incidência na educação do carácter. Com efeito, a exposição prolongada das crianças e jovens a conteúdos do tipo dos que costumam ocupar a programação da MTV e o *prime-time* dos canais generalistas (novelas), fazendo a apologia

da vida fácil, do luxo e da ostentação, podem ter um efeito devastador nas mentes das crianças e jovens, induzindo-os a aderirem a contra-valores e a desprezarem as virtudes da justiça, prudência, temperança e coragem.

Nota

- 1) Center for Digital Democracy (2007). *Interactive Food and Beverage Marketing: Targeting Children and Youth*
- 2) http://www.medicosdeportugal.iol.pt/action/2/cnt_id/574
- 3) www.obesidade.online.pt/index;
www.psiqweb.med.br/infantil/obesid.html
- 4) Dennison, MD. Et alii (2002 June). Television viewing and television in bedroom associated with overweight risk among low-income children. *Pediatrics*, 109, 1028-1035
- 5) www.mediafamily.org/facts/facts_tvandobchild.shtml;
www.cdc.gov/kidsmedia/background.htm