

TV infantil tem 1 anúncio a cada 2 minutos

Laura Mattos

Levantamento com publicidade para crianças é enviado ao governo; lei não impõe limite para canais pagos

ONG responsável pelos dados diz que o público sofre um "bombardeio"; TV aberta investe cada vez menos em infantis

Quem é contra usa expressões como "bombardeio, covardia". Quem é a favor fala em "liberdade de expressão", "direito à informação".

O fato é que, às vésperas do Dia da Criança, a televisão brasileira exibiu, em média, mais de cem comerciais de produtos infantis por hora.

O Cartoon, por exemplo, veiculou, em média, uma propaganda a cada dois minutos. Um dos campeões de audiência na TV paga, o canal lidera também o ranking de publicidade infantil feito pelo Instituto Alana.

A ONG, voltada à defesa da criança e do consumidor, contabilizou os anúncios para crianças exibidos em cinco canais infantis fechados, além da Globo e do SBT. A medição foi realizada no dia 1º de outubro, das 8h às 18h.

O estudo joga lenha em uma das maiores polêmicas que envolvem a TV no Congresso. Há mais de 200 projetos de lei propondo restrições e até a proibição de propaganda para crianças.

Segundo o Alana, foram veiculados 1.077 comerciais, o que dá a média de 107 por hora. O Cartoon, com público-alvo de 6 a 12 anos, transmitiu 274 propagandas.

O segundo lugar ficou com o Discovery Kids. Nele, o espectador, em idade pré-escolar, assistiu a 227 anúncios no período, algo como uma propaganda para cada três minutos de programação.

São números bem superiores ao de anúncios para crianças na Globo (83) e no SBT (118). Os canais pagos, com programação para públicos específicos, se mostram mais atraentes para anunciantes de brinquedos do que redes abertas, que investem cada vez menos em conteúdos infantis.

TUDO LEGAL

Na TV paga, não há limite legal para a quantidade de anúncios, diferentemente da aberta, na qual a propaganda deve ocupar, no máximo, 25% da programação (respeitado pela Globo e pelo SBT).

Ainda que o limite existisse para os canais fechados (o que está sendo proposto pelo principal projeto de lei do setor, no Senado), todos os analisados pelo Alana ainda estariam dentro da lei.

Mesmo o Cartoon, que teve o maior número de anúncios, não foi muito além dos 20% da programação no período.

Ainda assim, o Alana encaminhou carta a vários órgãos, entre eles o Ministério da Justiça, o da Comunicação e o Procon, pedindo "providências cabíveis".

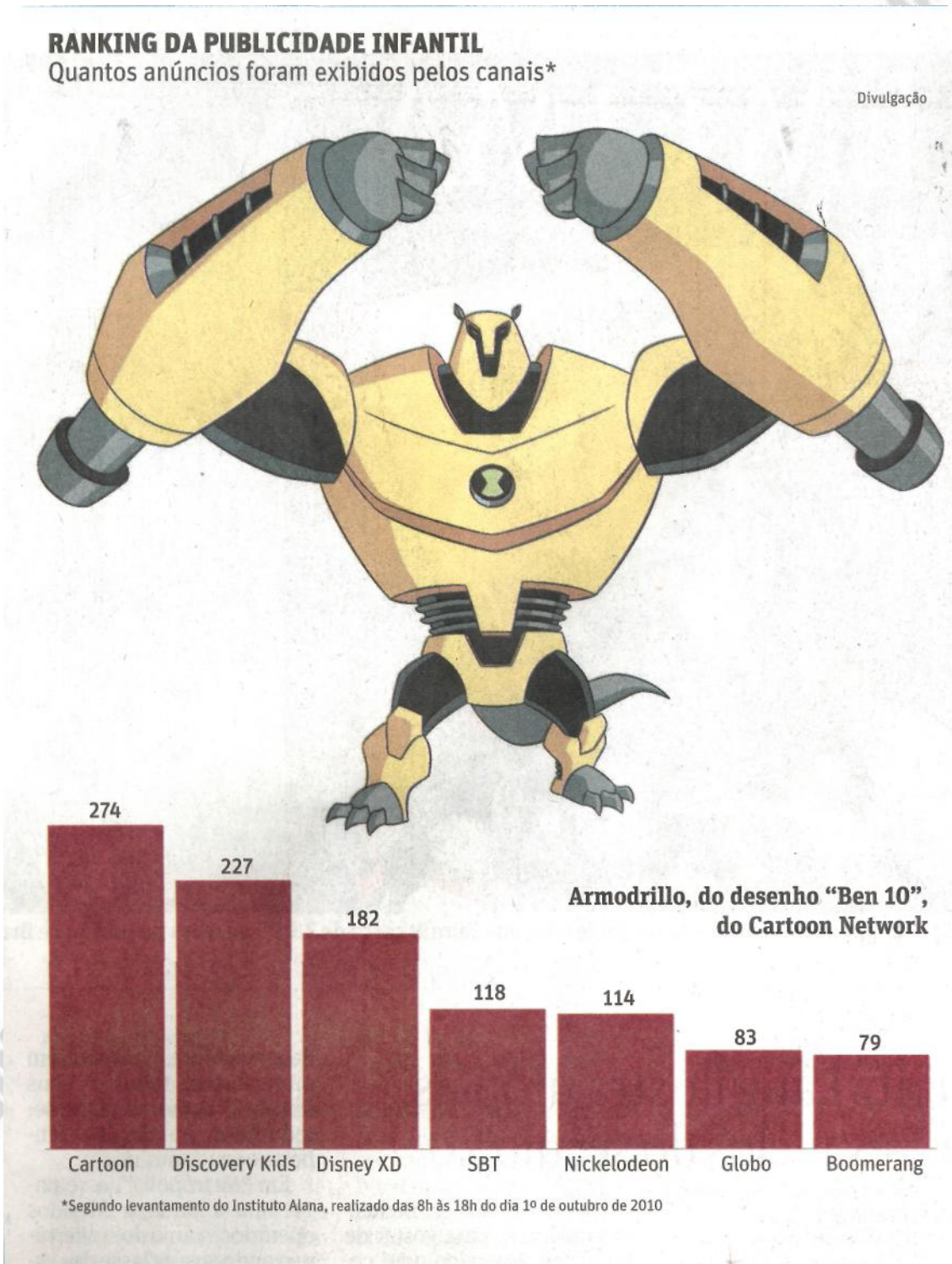
Para o instituto, o levantamento mostra que há um "bombardeio publicitário ao público infantil" às vésperas do Dia da Criança.

Além da quantidade de anúncios, o Alana ressalta o número de produtos diferentes anunciados: 390, sendo 295 de brinquedos, 30 de vestuário e 25 de alimentos.

"Isso cria na criança o desejo de ter todos aqueles brinquedos. E a média de preço dos anunciados é de cerca de R\$ 160", afirma Isabella Henriques, coordenadora do projeto Criança e Consumo, do Alana.

Henriques questiona o fato de a TV paga brasileira não ter limites para a publicidade nem para o preço dos produtos anunciados, o que é delimitado por outros países, como Noruega e Inglaterra.

"É bom lembrar também que muitos dos produtos são de licenciamento dos personagens. No intervalo do "Ben 10", é anunciado tênis do Ben 10, caneta do Ben 10, bola do Ben 10. Logo, o próprio programa funciona como publicidade", avalia Henriques.



Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 24 out. 2010, Ilustrada, p. E3.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais