

## Pais Prevenidos: Letramento Midiático

### Compreendendo o impacto da exposição dos jovens à publicidade

A exposição dos jovens à publicidade de álcool e tabaco contribui significativamente para o envolvimento precoce com o uso de álcool e produtos derivados do tabaco, bem como para aumentar os hábitos de consumo de risco e o uso de cigarros eletrônicos.

#### Como a indústria divulga álcool para crianças

O álcool continua a ser a substância mais usada pelos jovens dos EUA. Jovens menores com idade de 12 a 20 anos consomem 11% de todas as bebidas alcoólicas. Pesquisas mostram que os jovens são fortemente influenciados pela publicidade e pelo marketing do álcool.

A exposição geral à publicidade de bebidas alcoólicas específica de uma marca é um forte indicador do consumo dessa marca por jovens menores de idade. Jovens entre 13 e 20 anos são:

- 5x mais propensos a consumir marcas que anunciam na TV nacional
- 36% mais propensos a consumir marcas que anunciam em uma revista nacional

O posicionamento das marcas de bebidas alcoólicas está relacionado ao comportamento de beber dos jovens menores de idade.

- Marcas que são mais proeminentes na mídia tendem a ser as marcas que os jovens preferem
- As taxas de consumo dos problemas com bebidas relatados foram maiores para os jovens que relataram assistir a programas de TV com taxas mais altas de posicionamento das marcas principais

#### Meninas estão especialmente em risco

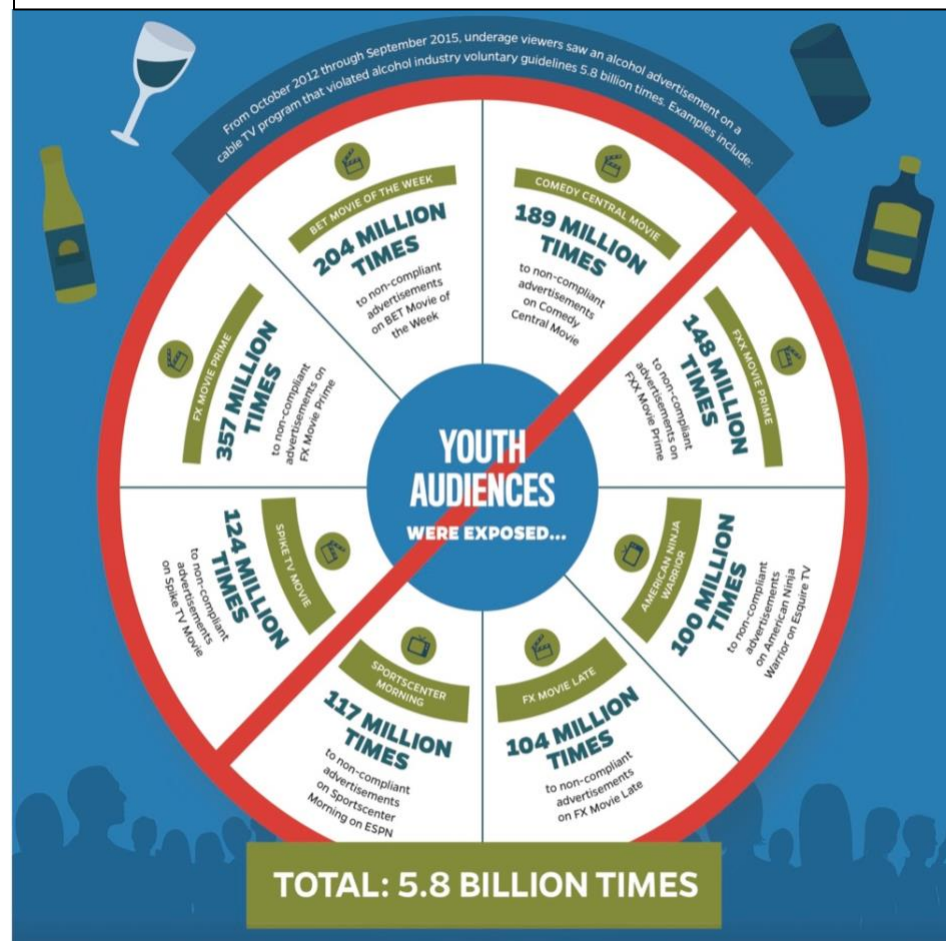
~ A frequência de exposição das meninas da 7ª série ao álcool prediz o consumo e os problemas relacionados ao álcool na 9ª série

~ As meninas podem ser particularmente vulneráveis à publicidade de bebidas alcoólicas, especialmente ao merchandising de marcas de álcool. Um estudo revelou que meninas com idade entre 10 e 14 anos expostas ao merchandising tinham mais de três vezes a probabilidade de começar a usar álcool em um ou dois anos do que meninas não expostas a esse tipo de publicidade.

~ As mulheres menores de 18 a 20 anos foram mais expostas ao merchandising relacionado ao álcool das principais marcas consumidas do que as mulheres de 16 aos 25 anos

#### REDUÇÃO DA EXPOSIÇÃO DA JUVENTUDE À PUBLICIDADE DO ALCOOL NA TV A CABO

Estudos mostram que, quanto mais os jovens são expostos ao marketing do álcool, maior a probabilidade de começarem a beber ou, se já começaram, a beber mais.



#### O fator da mídia social

As marcas de bebidas alcoólicas consumidas por jovens menores de idade estão significativamente associadas ao número de "curtidas" que uma marca tem em sua página no Facebook e ao número de visualizações de vídeos no YouTube. Quase 1 em cada 3 jovens menores de idade disseram ter visto conteúdo online relacionado a álcool no mês anterior.

## Como a indústria divulga produtos de tabaco para crianças Tabaco, Cigarros Eletrônicos & Vaporizadores

Cigarros eletrônicos são os produtos de fumar mais comumente usados entre os jovens dos EUA.

De acordo com o CDC, os jovens estão sendo expostos a mais anúncios de cigarros eletrônicos do que nunca. Em 2016, 4 de 5 alunos do ensino fundamental e médio foram expostos à publicidade de cigarros eletrônicos. Isso representa um aumento de 12% em relação a 2014.

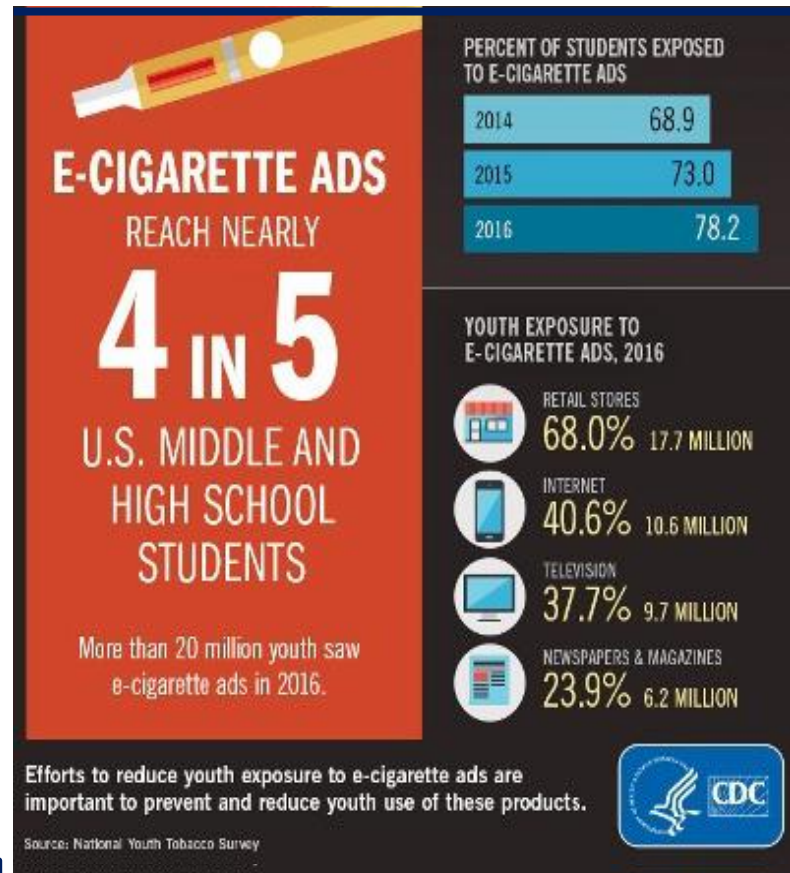
A exposição à publicidade do tabaco está ligada às chances de que os jovens experimentem cigarros eletrônicos. Os jovens que usam cigarros eletrônicos e outros produtos de tabaco são mais propensos a relatar terem visto publicidade desses produtos. O aumento da publicidade de cigarros eletrônicos coincidiu com o aumento do uso pelos jovens. Um estudo mostrou que os adolescentes expostos à publicidade do tabaco eram 15% mais propensos a dizer que estariam dispostos a experimentar cigarros eletrônicos.

Cigarros eletrônicos são comercializados e promovidos através de estratégias destinadas a atrair os adolescentes, incluindo:

- Temas de romance, liberdade e rebeldia
- Recursos elegantes de design de produto
- Criação de ruído de mídia social
- Sabores atrativos
- Publicidade em lojas de conveniências perto de escolas, grandes anúncios ao ar livre



Juul, o produto mais dominante no mercado de cigarros eletrônicos, usou as mídias sociais, influenciadores digitais e imagens, temas e sabores próximos ao gosto dos jovens para divulgar intensamente para eles. Uma investigação da FDA sobre as práticas de marketing da Juul levou a uma mudança no marketing voltado para adultos, mas o impacto negativo que a propaganda inicial teve sobre o uso pelos jovens levou a FDA a considerar o uso de cigarros pelos jovens como uma crise de saúde pública.



### Dicas e tentativas de prevenção para os pais

Embora políticas que regulem a propaganda e o marketing dos produtos de tabaco sejam as estratégias mais eficazes para evitar o uso pelos jovens, os pais ainda são uma influência poderosa.

- Converse com seus filhos sobre por que eles não deveriam usar produtos com tabaco
- Saiba que mídia seus filhos estão visualizando
- Assistam a programas juntos e discuta o conteúdo
- Fale sobre o que a publicidade não está mostrando
- Adolescentes não gostam de ser enganados. Quando aprendem que o objetivo da indústria do tabaco é torná-los consumidores ao longo da vida, eles ficam mais propensos a reconsiderar o uso.

## REFERÊNCIAS

### Addiction Now (Dependência Agora)

<https://www.drugaddictionnow.com/2017/06/16/underage-drinkers-influenced-by-alcohol-ads/>

### American Academy of Pediatrics: Healthy Children.org (Academia Americana de Pediatria)

<https://www.healthychildren.org/English/health-issues/conditions/tobacco/Pages/Facts-For-Parents-About-E-Cigarettes-Electronic-Nicotine-Delivery-Systems.aspx>

### Center on Alcohol Marketing & Youth (Centro de Marketing de Alcool e Juventude)

<http://www.camy.org/>

### National Youth Tobacco Survey (Pesquisa Nacional sobre Tabaco na Juventude)

[https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/surveys/nyts/index.htm](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/surveys/nyts/index.htm)

### verywell family (família muito bem)

<https://verywellfamily.com/teen-drinking-influenced-by-alcohol-advertising-67845>

Partes deste folheto educativo foram adaptadas dessa lista de referências

"Parenting for Prevention" (Pais Prevenidos) é uma série educacional da Coalizão "Decisions at Every Turn" (Decisões a Cada Momento) para que pais e outros adultos que cuidam de crianças aumentem a conscientização e o conhecimento sobre questões importantes para os jovens e estimulem o diálogo sobre como fazer escolhas saudáveis. Visite-nos em <http://www.AshlandDecisions.org/parent-tip-sheets.html> para ter acesso a nossa ampla coleção de folhetos educativos.

Decisions at Every Turn Coalition • 65 East Union Street, Ashland MA 01721  
[www.AshlandDecisions.org](http://www.AshlandDecisions.org) • [CoalitionInfo@AshlandDecisions.org](mailto:CoalitionInfo@AshlandDecisions.org) • 508.881.0177 ramal 8284