

LAAKBARE RECLAME

Hoewel de kennis omtrent de oorzaken van tandcariës nog onvolledig is, zijn uit talloze onderzoeken, met name over de exogene invloeden van de voeding op het gebit, voldoende gegevens ter beschikking gekomen om met zekerheid te kunnen zeggen dat de consumptie van zoete versnaperingen, vooral tussen de hoofdmaaltijden, een voor het gebit zeer schadelijke gewoonte is.

In de steeds toenemende voorlichting inzake de preventie van tandbederf, dat hoe langer hoe meer een sociaal probleem gaat worden, staat de beteugeling van de zucht tot snoepen – vooral door kinderen – vooraan.

Zonder enige twijfel een zware taak! Enerzijds snoepen kinderen nu eenmaal graag; anderzijds laten de fabrikanten van versnaperingen zich in hun reclame-aankondigingen niet onbetuigd. De hedendaagse geraffineerde reclame-techniek zal niet in gebreke blijven de omzet te stimuleren. In zekere zin is dat hun goed recht, al ziet degenen, die strijdt voor een rationele voeding ten gunste van de gebitsgezondheid – en dus tevens van de volksgezondheid – zulks met gemengde gevoelens aan.

Men zou zo zeggen dat in dit opzicht meer steun is te verwachten van fabrikanten, die produkten in de handel brengen, welke in beginsel tot heil van het gebit zijn bedoeld: tandpasta bijvoorbeeld. In doeltreffende en op de gebitsgezondheid wezenlijk gerichte reclame-aankondigingen zou b.v. een waardevolle stimulering van een goede mondhygiëne kunnen zijn vervat. Immers ook mondhygiëne staat als een belangrijk profylactisch middel te boek.

Fabrikanten van tandpasta zijn doorgaans geen kleine ondernemers: zij zouden in staat zijn – en er ook een eer in moeten stellen – pakkende advertenties zó in te richten, dat zij steun zouden verlenen aan de voorlichting, die door organisaties op het gebied van de volksgezondheid met betrekking tot de preventie van cariës en parodontale aandoeningen wordt verstrekt.

Helaas, hoe anders leert soms de werkelijkheid. De laatste tijd hebben in ons land reclame-advertenties het licht gezien, die uit een oogpunt van de zo zeer urgente cariëspreventie hoogst laakbaar moeten worden geacht. In de gewraakte advertenties wordt een jongen afgebeeld, die op een lolly zuigt. Het onderschrift van dit verheffende portret luidt:

„Hij maakt zich geen zorgen over mogelijk tandbederf . . .”

Onder een tweede afbeelding waarin dezelfde jongen verheugd uitziet naar

een borstel met pasta, die een zorgzame moederhand hem voorhoudt, volgt de motivering van deze als gerechtvaardigd gesuggereerde zorgeloosheid:

„Zijn moeder laat hem poetsen met Colgate Gardol Tandpasta!”

Voor wie de geruststelling dan alsnog te wensen mocht overlaten, volgt een nogmaals geïllustreerde toelichting, van het volgende „wetenschappelijke” gehalte:

„Gardol is een uniek ingrediënt. Het vormt een onzichtbaar beschermend schild rond de tanden, verhindert hiermee de vorming van mondzuren die het glazuur aantasten en tandbederf veroorzaken. Het resultaat merkt U bij de halfjaarlijkse controle: minder boren, minder vullingen – een complimentje van Uw tandarts!”

Tot zover dit meeslepende betoog. Het is echter onbegrijpelijk dat een firma van grote bekendheid (Colgate) haar toevlucht meent te moeten zoeken in een zo grove misleiding.

Wetenschappelijk is nl. nog onvoldoende bekend van het middel (natriumlauroylsarcosinaat), dat in de advertentie „Gardol” wordt genoemd en een „beschermend schild” om de tand zou leggen. Deze bewering gaat dus al rijkelijk ver, maar nu ja, in de reclame stelt men de zaken nu eenmaal graag wat mooier voor dan ze zijn.

Veel erger is echter dat deze onjuiste voorstelling van zaken nadrukkelijk wordt gehanteerd als een motief om te suggereren, dat de jeugd nu straffeloos en naar hartelust kan toegeven aan haar voor het gebit zo schadelijke gewoonte. Het ergerlijke is, dat zulk een reclame met één slag het goede maar moeizame werk van organisaties op het gebied van de Volksgezondheid – o.a. Het Ivoren Kruis – kan ondermijnen. Want het onwetende publiek hecht veel liever geloof aan misleidende reclame, die aan zijn slechte gewoonten tegemoet komt dan gefundeerde waarschuwingen ter beteugeling daarvan, omdat die een zekere discipline en ontzegging vraagt.

Het is daarom onbegrijpelijk dat een concern van het formaat van Colgate de goede strijd van anderen op zulke wijze om hals dreigt te brengen. En dat alleen terwille van de materiële winst. Dit is ronduit unfair en uit een oogpunt van volksgezondheid hoogst laakbaar.

V.