

A Constituinte censurou a propaganda?

A censura para a propaganda comercial na tevê sempre foi um assunto polêmico, e resultou até na retirada do ar de alguns comerciais, sob a alegação de que infringiam "a moral e os bons costumes" ou mesmo "incitavam à violência". Agora, a Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) não vê com bons olhos as restrições legais que a nova Constituição colocará para a propaganda comercial. Segundo o texto da nova Carta, as propagandas de cigar-

ros, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estarão sujeitas a restrições legais — por serem produtos que podem ser nocivos ao meio ambiente e à saúde — e a conter advertência sobre os males que eles possam causar. E ainda na semana passada, o ministro da Saúde, Borges da Silveira, baixou uma portaria que obriga os comerciais de cigarros a conter advertências sobre os riscos que implicam seu consumo. O consultor da ABA, Rafael Sampaio, explica que a entidade encara "até como uma forma de censura o artigo da Constituição, mas que não se entenda

como censura prévia, que foi abolida". A "argumentação filosófica" da ABA é a seguinte: "Se o produto é tão prejudicial à saúde, que seja proibida sua fabricação. A partir do momento em que é fabricado, é justo que tenha sua propaganda no rádio ou na tevê", sugere Rafael Sampaio.

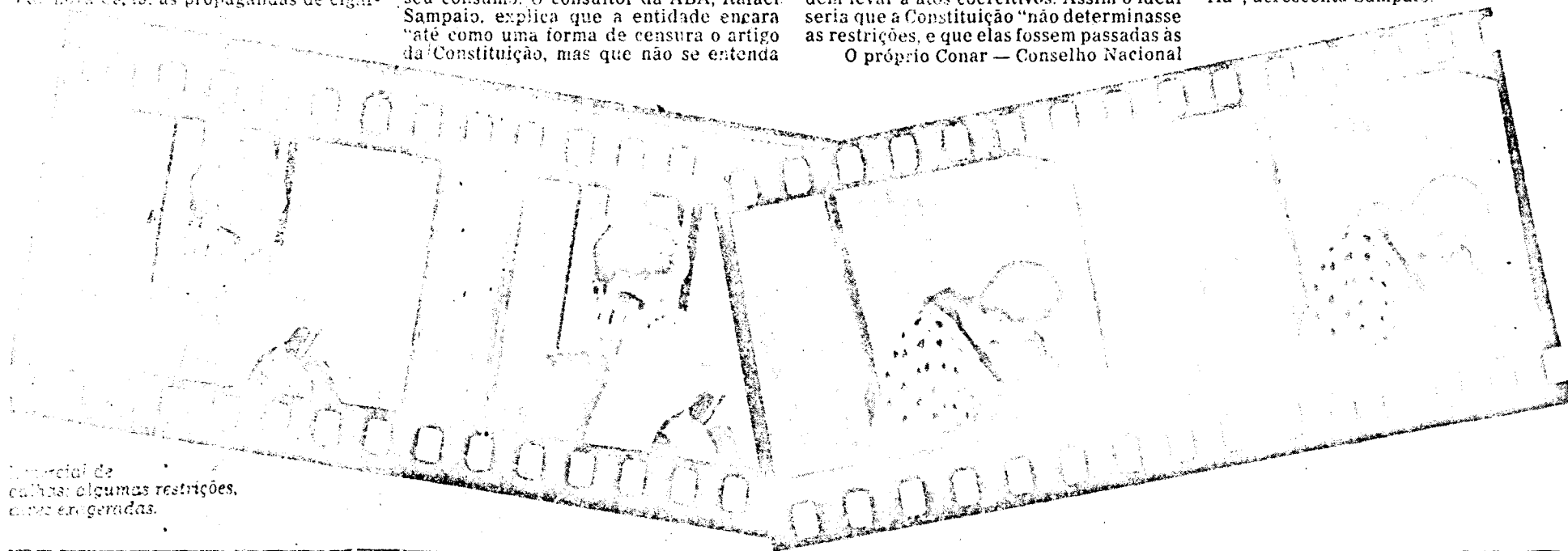
A ABA não se declara contra o alerta que é feito ao consumidor, mas considera que interpretações posteriores do texto podem levar a atos coercitivos. Assim o ideal seria que a Constituição "não determinasse as restrições, e que elas fossem passadas às O próprio Conar — Conselho Nacional

de Auto-regulamentação Publicitária não vê também, segundo seu presidente, Luiz Fernando Furquim, muita necessidade de se explicitar esse tipo de restrição na Constituição. "Nós já temos um código de regulamentação que norteia a atividade publicitárias ordinárias, posteriormente. Nós aceitamos essas determinações, se essas leis tiverem uma base razoável, como o Código Nacional de Regulamentação Publicitária", acrescenta Sampaio.

citária do País. Mas, já que foi instituído, pretendemos caminhar junto ao Congresso para atualizar o código ao momento pelo qual passa a Nação", explica Furquim.

A diretora de criação da agência de propaganda DPZ, Helga Miethke, parte do princípio de que todo "ser adulto é livre para optar por aquilo que ele quer ver ou não, ou consumir"; e acredita que não deveria haver regulamentação sobre as propagandas de determinados produtos, mas, sim, uma educação do público. "É a mesma coisa que se restringir a propaganda de automóveis no rádio, na tevê. O que deve ser feito é mostrar como algo deve ser usado, e não alertar sobre as consequências do seu uso", raciocina a diretora. Nos últimos dias, ainda, a DPZ tem recebido manifestações contrárias ao último comercial das toalhas Artex — em que o rapaz tem um acesso de raiva e "bagunça" todo o apartamento — porque algumas pessoas o consideram violento. "O comercial é apenas a manifestação de um sentimento forte com um final feliz", afirma Helga.

O publicitário Agnelo Pacheco, da Agnelo Pacheco Propaganda, considera as determinações da Constituição como uma "regulamentação da informação", e não como um ato restritivo ao meio publicitário. "O que a Constituinte fez foi assegurar e resguardar o respeito ao consumidor, o que é feito nos Estados Unidos há muito tempo." O que Pacheco defende, entretanto, é que a propaganda possa acompanhar a evolução dos meios de comunicação. "Se na novela você tem uma cena erótica, por que ela é proibida nos comerciais?", citando o caso das calcinhas Hope.



Comercial de calças: algumas restrições, mas as propagandas.