

Suspensão anúncio da Du Loren

Câmara dos Deputados, CNBB e Conselho de Defesa dos Direitos da Mulher reagem a foto que mostra violência contra modelo

O Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar) suspendeu temporariamente o anúncio da Du Loren em que um slogan a favor do aborto é ilustrado pela cena de uma mulher supostamente sendo violentada. A propaganda não poderá circular até que o Conar julgue uma representação ética, motivada por um pedido do secretário nacional

de Direitos Humanos, José Gregori. A Comissão de Direitos Humanos da Câmara e o Conselho de Defesa dos Direitos da Mulher também entraram com pedidos de suspensão do anúncio. A Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) convocará o episcopado brasileiro para se pronunciar sobre o assunto.

Na segunda-feira passada, o secretário nacional de Direitos Huma-

nos, José Gregori, transmitiu um fax para o presidente do Conar pedindo que a propaganda fosse retirada de circulação. O presidente do Conar, Ivan Pinto, enviou um comunicado a Gregori, comunicando a suspensão temporária do anúncio.

Criado pela Doctor Propaganda, o anúncio traz uma foto de um homem agredindo uma mulher, que veste apenas roupas íntimas, enquanto outro homem conta dinheiro e observa jóias. Acima da foto, o slogan execrado por Gregori: “Legalizem logo o aborto! Não quero ficar esperando!”.

“É uma coisa chocante, fere a dignidade da mulher e estimula a violência”, disse Gregori. O presi-

dente da CNBB, dom Lucas Moreira Neves, teve a mesma reação. “A Du Loren é uma corruptora da consciência pública”, afirmou.

IGREJA

Segundo o presidente da CNBB, os bispos serão instigados a tomar a mesma atitude de repúdio. “Vamos falar com todos os bispos brasileiros sobre isso e também vamos entrar no Conar e pedir a retirada deste anúncio de circulação”.

A presidente do Conselho Nacional de Defesa dos Direitos da Mulher, Rosiska Vargas, considera o anúncio da Du Loren de mau gosto e confirmou o envio de um protesto

ao Conar. “Banaliza a questão do estupro, e contém uma mensagem vil”, afirmou Rosiska. Segundo ela, a estratégia de marketing adotada pela agência de publicidade ou pela empresa talvez tenha o objetivo de chamar atenção para o produto. “Mas pode ter efeitos contrários”.

Rosiska também não aceitou os argumentos dos publicitários, que alegaram ter intenção de alertar para a lei do aborto, em discussão no Congresso. “Só que esta questão do aborto proveniente do estupro é um artigo que está no Código Penal há 50 anos. O que se discute apenas é a realização do aborto em hospitais públicos”, afirmou a presidente do CDDM.