Texto Anterior | Próximo Texto | Índice

"Publicidade de produto lícito não faz mal à saúde"

Para o presidente do Conar, tentativas de restringir a propaganda não encontram respaldo na sociedade

De 104 mil reclamações que chegaram aos Procons no último ano, só 1,19% é relativa a propaganda, diz Leifert

MARIANA BARBOSA
DE SÃO PAULO

Para o presidente do Conar (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), Gilberto Leifert, as tentativas de restringir a propaganda de alimentos, bebidas e medicamentos, por parte da Anvisa ou do Congresso, não têm o respaldo da sociedade. Leia os principais tópicos da entrevista.

★

Cerco à publicidade
Publicidade de produto lícito não faz mal à saúde. Ou os produtos têm defeitos intrínsecos e não deveriam ser fabricados e consumidos ou, se o Estado admite que eles deveriam ser ofertados, é porque os considera seguros para o consumo. O jovem bebe porque a tribo bebe. A influência da propaganda se dá na escolha da marca.

Constituição
As iniciativas da Anvisa são autoritárias e inconstitucionais. A liberdade de expressão comercial é uma garantia constitucional, e só o Congresso pode legislar sobre a propaganda.

Demanda social
O Estado quer impor algo que não é um problema para a sociedade. Não há demanda social para regular a propaganda. De 104 mil reclamações que chegaram aos Procons de todo o país no último ano, só 1,19% é relativo à propaganda. No Conar, apenas 24% dos 343 processos abertos em 2009 foram movidos por consumidores.

Papel do Estado
A autoridade sanitária tem um papel importantíssimo em uma sociedade com uma grande economia informal e com epidemias. A tubaína de fundo de quintal e o biscoito lotado de gordura trans vendido a granel, que não são submetidos a controle sanitário nem são anunciados, vão continuar na mesa dos cidadãos. Banir a publicidade é uma forma preguiçosa de acudir a sociedade.

Todos são responsáveis
Estado, escola, fabricantes de produto, meios de comunicação,

sanitaristas, juristas, todos têm de ajudar a construir modelos para aprimorar a sociedade. A propaganda não pode ser responsabilizada isoladamente. Se você apenas restringe a publicidade, os resultados não serão atingidos.

Regras mais rígidas

Não é que o Conar seja contra o aprimoramento das regras para a publicidade. É que as regras que nos foram apresentadas, nas audiências públicas da Anvisa, no Congresso, eram absurdas. Tirar a criança do comercial não vai resolver os problemas da sociedade. Se a questão é excesso de açúcar, sódio ou gordura trans, a Anvisa tem de cuidar da formulação do produto, não da publicidade.

Cigarro

O país, por meio do Congresso, decidiu praticamente banir a publicidade do cigarro. E o Conar tem ajudado a fazer cumprir a lei. Quando encontramos algum anúncio, atuamos. Mas uma pesquisa da Fipe indica que, após o banimento da publicidade, ao contrário do que se apregoa, o consumo não teve o comportamento que se esperava.

30 anos de Conar

O Brasil tem sistema misto de legislação e autorregulamentação. Os regulados abrem mão de frações de seus direitos em nome do bem comum. Quando o Conar resolve as controvérsias que ele mesmo cria, diante de um anúncio, é um grande negócio para anunciante e consumidor. Engana-se quem acredita que o anunciante fica feliz de pregar mentira e ser recusado no ponto de venda. Propaganda enganosa dá detenção e multa. Está no Código de Defesa do Consumidor.