

Conar Exemplar

J. Roberto Whitaker Penteadado

Desde o início do episódio Zeca Pagodinho, que tão curiosamente mobilizou as atenções do país (tanto ou mais do que o Big Brother, outra coisa importante para a nação brasileira) que me instaram alguns amigos a escrever sobre ele.

Num primeiro momento, achei que já se tinha escrito tudo. Aliás, até mais do que tudo. Não sendo advogado – só amador, como a maioria dos brasileiros – refleti que não se tratava de um assunto de propaganda, mas de direito – ou de polícia. Se o Sr. Pagodinho quebrara um contrato assinado com a Schin, o problema era entre o cantor e a empresa. Se a Ambev – e sua agência – haviam cometido « um ilícito » também devia ser uma questão a ser resolvida entre eles, na justiça comum.

Achei exagerado os queixumes – de uma parte da população, pelo menos : a que convive harmoniosamente com tráfico de drogas, prostituição infantil, corrupção de autoridades, tortura policial, etc. – a respeito da « falta de ética » da propaganda. Ensina-me, um dia, que o maior mosquito do mundo não chega ao tamanho do menor elefante. « Ninguém é tão ingênuo », pensava, « a ponto de achar que as celebridades, que vendem os seus testemunhais em anúncios, usam mesmo os produtos que anunciam, ou gostam deles ». Lembrei-me até de uma velha e esquecida campanha americana para a pasta de amendoim Skippy, em que várias celebridades confessavam que nunca tinham sequer provado pasta de amendoim, mas que sucumbiram aos polpidos cachês oferecidos pelo anunciante. E, no fim, até acabaram gostando de Skippy...

Pois eu estava errado – e estou contente por isso. Quando a imprensa publicou que o CONAR havia condenado o comercial, fui correndo ao site (www.conar.org.br) para verificar as razões.

Estavam lá : no artigo 3º - todo anúncio deve ter presente a responsabilidade do anunciante, da agência e do veículo perante os consumidores. Depois, mais claro ainda, no artigo 5º - nenhum anúncio deve (...) desmerecer a confiança do público nos serviços que a publicidade presta à economia como um todo e ao público em particular. Mas o golpe de misericórdia estava no terceiro e último item invocado pelo relator : no anexo Q, sobre testemunhais, atestados e endossos, no item 6.2 – anunciantes concorrentes deverão abster-se da utilização do testemunhal de uma mesma pessoa (...) sempre que dela possa redundar confusão para o consumidor.

A conjugação desses três itens – todos explícitos no Código de Auto-regulamentação Publicitária – parece-me inteiramente condenatória ao conteúdo do comercial. Como tenho certeza de que tanto a Ambev quanto a Africa – empresas sérias – subscreveram ao Código, não lhes restaria outra opção a não ser a retirada voluntária do anúncio transgressor.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Conar Exemplar. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteadado**, Rio de Janeiro, abr. 2004. Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=330&ID=203>>. Acesso em: 25 set. 2009.