Anvisa dá mais um passo contra propaganda de alcoólicos
André Silveira, de Brasília

[17/11 - 14:49] A Agência colocou em consulta pública, proposta de resolução que estabelece uma série de restrições, como o horário de veiculação e até mesmo a inclusão de mensagem de advertência

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) colocou nesta quinta-feira, dia 17, em consulta pública, uma proposta de resolução que tem como objetivo de regulamentar a propaganda de bebidas alcoólicas. De acordo com a proposta, que receberá comentários e sugestões pelo período de 60 dias, as propagandas de bebidas que se enquadram nesse grupo somente poderão ser efetuadas nas emissoras de rádio e televisão entre 21h e 6h.

A proposta também estabelece que a propaganda de bebidas com graduação maior que 13 graus "não poderá associar o produto a esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, a celebrações cívicas ou religiosas, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade". As propagandas também não poderão atribuir aos produtos propriedades terapêuticas e medicamentosas, "sugerindo que eles poderiam contribuir para a melhoria da saúde e do bem-estar em geral".Termos imperativos que induzam diretamente ao consumo como: "Beba!", "Experimente!", "Compre!", "Tome!" também não poderão ser utilizados.

A regulamentação sugerida pela Anvisa também determina que a propaganda não poderá usar de linguagem direta ou indireta relacionando o consumo de bebida alcoólica com a satisfação de necessidades fisiológicas, tais como sede e fome.

A proposta da agência também têm um artigo que trata especificamente de todas as bebidas que contenham álcool em sua composição, independentemente do teor alcoólico e inclui de forma clara as cervejas, vinhos e todas as classificadas na categoria dos "ices", "coolers", "álcool pop", "ready to drink", "malternatives". Para esse grupo, a resolução estabelece as seguintes restrições:

"I - não poderá incluir a participação de crianças e adolescentes e nem utilizar figuras, linguagem, recursos gráficos e audiovisuais pertencentes ao universo infantil, tais como animais "humanizados", bonecos ou animação que possam despertar a curiosidade ou atenção de menores e contribuir para a adoção de valores morais ou hábitos incompatíveis com sua condição;

II - não poderá sugerir ou estimular o consumo com cena, ilustração, áudio ou vídeo, que apresente a ingestão do produto ou de qualquer outra forma induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde e segurança, nem associar o efeito decorrente do consumo a estereótipos de sucesso e integração social que não correspondem à realidade dos usuários;

III - nos cartazes, pôsteres e painéis exibidos nos pontos de venda, deverá ser inscrita, de forma legível, em cores contrastantes com o fundo da mensagem de que a venda é proibida para menores de 18 anos

A proposta de resolução da Anvisa também estabelece seis tipos frases de advertência, relacionadas ao consumo do álcool e suas conseqüências. Essas frases deverão ser apresentadas em caixa alta e veiculadas logo após a propaganda. No rádio, as frases deverão ter locução diferenciada e pausada. Na televisão, inclusive por assinatura, e no cinema, a advertência deverá ser veiculada em um fundo preto com letras brancas, também com locução diferenciada e cadenciada.

Nos jornais e revistas, a advertência deverá ser inserida em retângulo de fundo branco, emoldurada por filete interno, em letras pretas. Essa determinação também vale para a mídia exterior, folders, panfletos e até mesmo para peças veiculadas na Internet.

As propostas, comentários e sugestões poderão ser encaminhados à Agência Nacional de Vigilância Sanitária no endereço: SEPN 515 bloco B Ed. Omega 3º andar, sala 02 ou pelo fax (61) 3448-1216 ou ainda pelo e-mail:gprop@anvisa.gov.br , com a designação do assunto: consulta pública/propaganda comercial de bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Guy Lessac.

Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br>. Acesso em 18 nov. 2005.