

Em defesa do Estado de Direito

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa – acaba de exorbitar da sua competência, mais uma vez, ao tentar agora impor regras para a publicidade de alimentos e refrigerantes. Em medida administrativa, a Resolução 24/2010, a agência cria regras para a propaganda comercial de alimentos e bebidas.

Não é a primeira investida dessa agência. Em outras oportunidades já tentou se substituir ao Congresso Nacional criando regras para a propaganda de outros produtos, como bebidas alcoólicas, em 2007 e medicamentos populares, em 2009.

Em ambas a Anvisa foi desautorizada pela Advocacia-Geral da União, e na última delas, também pela Justiça. Sempre que perdeu foi porque ficou claro que não tinha competência para legislar sobre propaganda comercial.

Novamente a agência reincide ao legislar em seara que não lhe compete. O artigo 22, inciso 29 da Constituição Federal, diz que é competência privativa da União – Congresso Nacional e Presidência da República - legislar sobre propaganda comercial. O artigo 220 é claro ao dizer que compete a lei federal dispor sobre propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde.

A propaganda brasileira é submetida a um sistema misto de controle que funciona muito bem. Fazem parte dele o severo arcabouço legal no qual avulta o Código de Defesa do Consumidor e, do lado da sociedade civil, o Conar.

Este já julgou mais de sete mil casos em seus trinta anos de existência. Estabelece um sistema considerado dos mais evoluídos do mundo para regular eticamente mensagens comerciais e é respeitado por anunciantes, agências de propaganda e veículos de comunicação.

As entidades abaixo-assinadas reiteram a sua confiança no Estado democrático de Direito, na primazia da Constituição Federal e confiam em que o Congresso Nacional saberá fazer uso da

competência constitucional que lhe foi atribuída pela Carta Magna de 1988. Temos certeza, portanto, que a usurpação de poder ora em curso não há de prosperar.

Assinam esta declaração:

ABA – Associação Brasileira de Anunciantes

ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade

Abert – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão

ABIA – Associação Brasileira da Indústria da Alimentação

ABIR – Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas

ABTA – Associação Brasileira de Tv por Assinatura

ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas

ANJ- Associação Nacional dos Jornais

Central do Outdoor

Feneec – Federação Nacional de Empresas Exibidoras Cinematográficas

Fenapro – federação Nacional das Agências de Propaganda

IAB – Interactive Advertising Bureau, Brasil

Instituto Palavra Aberta