

SEGURADORA E A PUBLICIDADE (DES) EDUCATIVA

Despertou nossa atenção uma peça publicitária de uma grande seguradora do país, que se destaca especialmente no seguro de veículos, e que tem feito a divulgação de um seguro desenvolvido especialmente ao público feminino. Na veiculação feita no rádio, há duas pessoas do sexo feminino discutindo o que deveria ser proporcionado num seguro com esse perfil, e um deles passa a imitar uma voz feminina sugerindo coisas que aparentemente seriam do agrado dos homens, dentre elas `aquela coisinha` (geladeira) para gelar cerveja no veículo. Algo semelhante a uma propaganda de TV na qual um casal apresenta sua casa aos amigos, e enquanto as amigas da esposa se encantam com uma `adega` de sapatos femininos, os amigos do marido se derretem numa câmara frigorífica de cervejas.

Mas, voltando ao caso da seguradora. A Lei 12.006/2009 modificou o Código de Trânsito Brasileiro, acrescentando um Art. 77-B que estabelece que mensagens publicitárias relacionadas a indústria automobilística e afins deverá conter mensagem de caráter educativo de segurança no trânsito. O mesmo dispositivo esclarece que é direcionada às propagandas de veículos propriamente ditos e os `afins` seriam acessórios, componentes, peças, etc. Em princípio `seguro de automóvel` não estaria expressamente nessa relação.

Fazendo uma reflexão sobre essa mensagem publicitária: a) geladeira de automóvel para gelar cerveja induz que a bebida estará à disposição para os ocupantes do veículo dentre eles o motorista, lembrando que em muitas localidades até o comércio de bebidas em postos de combustíveis é reprimido. b) Uma das primeiras coisas que as seguradoras avaliam para negar o seguro por descumprimento de cláusula contratual é a ingestão de bebida alcoólica ou negativa em realizar o exame. c) mesmo não sendo obrigatória, aparentemente por não haver disposição expressa, há que se considerar que em publicidades desse tipo mais que recomendável a mensagem educativa de trânsito, pois até em propagandas de bebidas, que não há obrigação disso, tradicionalmente tem sido feito o alerta para não dirigir ao beber. Será que não está na hora de um curso de especialização em publicidade com assuntos relacionados ao trânsito?

MARCELO JOSÉ ARAÚJO – Advogado Especialista em Trânsito. Professor de Direito de Trânsito e Presidente da Comissão de Direito de Trânsito da OAB/PR

advcon@netpar.com.br