

## Mensagem subliminar

Categories : [Reportagens](#)

Aqui vai um teste para avaliar sua atenção como telespectador. Observe atentamente uma propaganda de automóvel qualquer. Além de paisagens fantásticas, juventude animada e famílias felizes, você consegue perceber algum outro detalhe?

Se não reparou, não se preocupe. É mesmo difícil notar num pequeno selo de 12 milímetros de altura que deveria aparecer durante apenas 3 segundos, mas às vezes some até mais rápido. Quem é da área ambiental, pode ser que reconheça as formas e cores da logomarca do Ibama. Mas, afinal, o que ela está fazendo ali?

A resposta está no Proconve, [Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores](#). Criado em 1986, o programa surgiu para regulamentar e controlar os níveis de emissão de poluentes dos automóveis. Os carros que hoje circulam nas ruas e, conseqüentemente, aparecem na mídia, devem estar aprovados pelas normas do Proconve.

A primeira tentativa de trazer o assunto para o conhecimento do público foi pedir às agências de propaganda para inserir, em suas campanhas, a frase: “Este veículo está em conformidade com o Proconve”. Os publicitários, é claro, não gostaram. Ficava difícil conciliar as belas imagens de carros percorrendo praias e montanhas, com aquela frase no estilo “Ministério da Saúde adverte”.

O jeito foi escondê-la ao máximo. “Nas revistas, a frase aparecia em letra tamanho 6, preta e escondida atrás da imagem do carro. Impossível de se ver”, conta Márcio Veloso, do Proconve. Na televisão a resistência foi ainda maior, a idéia não vingou e a frase sequer era exibida. Veio então a solução de adicionar às peças publicitárias apenas o selo do Ibama.

A obrigatoriedade de colocá-lo em todos os anúncios continuou incomodando os profissionais de marketing. Mas a padronização do formato (mínimo) e do tempo (curtíssimo) em que o selo deve aparecer aplacou a insatisfação. Sem contar que quase nenhuma propaganda na TV respeita os 3 segundos estipulados, pode reparar. Hoje, a marquinha azul-escura com traços em vermelho, verde e azul-claro não atrapalha o visual das propagandas e passa quase despercebida. Para compensar, colocamos ela bem grande aí do lado.

Resta a dúvida: se os carros devem obrigatoriamente seguir as normas do Proconve, por que é necessário que todas as empresas divulguem o selo? Para Márcio Veloso, é uma questão de educação para o público. “Queremos que todos saibam que existe o programa. Assim buscamos também promover o Ibama”.

Se era essa a intenção, convém repensar o formato. Quem sabe chamando um publicitário para ajudar...