

POR FORA, bela viola...

Por dentro, o pão (ou panetone, biscoito, lasanha e outras guloseimas) não chega a ser bolorento, mas que podia ser um pouco mais parecido com a foto da embalagem, ah, podia!

A reação de William ao abrir a caixinha de seu sanduíche, dirigindo-se à atendente de uma rede de fast-food, foi: “Vira pra lá, olha aquilo [a foto do anúncio do lanche]. Está vendo o que eu falei? É macio, tem 5 centímetros de altura. Agora, olha pra esta coisa triste, magra e miserável. Alguém pode me dizer o que está errado naquele retrato? Alguém sabe? Será que alguém sabe?”

A cena descrita acima é do filme *Um dia de fúria*, de Joel Schumacher (1993), protagonizado por Michael Douglas. Convenhamos que a reação do rapaz foi exagerada, mas, cá entre nós, quem nunca sentiu raiva ao abrir um produto e constatar que ele é pouco ou nada parecido com o anunciado na foto da embalagem?

O Idec resolveu tirar a prova: nossa equipe munuiu-se de bom humor e foi a um supermercado comprar comidinhas com embalagens vistosas das principais marcas comercializadas no país. Também almoçou na praça de alimentação de um shopping center de São Paulo, onde cada um dos sete pesquisadores, tentado por fotografias cinematográficas, escolheu o prato que mais chamou sua atenção. A ideia de fazer essa comparação entre realidade e publicidade, vale ressaltar, veio do associado Jorge Mendes Ferreira, que nos enviou um e-mail com alguns casos de produtos minguados, mas cuja apresentação é pomposa.

A manipulação de fotos, publicitárias ou não, é praticada desde os tempos da invenção da fotografia. Hoje, com o sistema digital, alterar uma imagem ficou ainda mais fácil. Sérgio Casa Nova, coordenador do curso de Design Gráfico do Centro Universitário Belas-Artes de São Paulo, diz que algumas empresas chegam a fazer maquetes que simulam o produto real. Imagine você: em

vez de se fotografar o sanduíche de verdade, usa-se como “modelo fotográfico” uma réplica de plástico e isopor. “É legítimo que se queira apresentar o produto da melhor forma possível, mas as empresas deveriam ter a mesma preocupação na hora de vender produtos condizentes com as fotos apresentadas”, defende Casa Nova.

Para Marcos Diegues, assessor jurídico do Idec, “as mensagens passadas por essas fotos não correspondem à realidade, o que pode vir a configurar propaganda enganosa, de acordo com o artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor”.

Você também já deve ter notado que, muitas vezes, as maravilhosas fotografias vêm acompanhadas da clássica expressão “foto meramente ilustrativa”. Todos os produtos que ilustram esta matéria continham alguma ressalva do gênero. Ao usá-la, os fabricantes pretendem se exonerar da responsabilidade de fornecer um produto cuja aparência está aquém do anunciado previamente. “Do meu ponto de vista, usar esse tipo de frase não exclui a responsabilidade do fabricante”, opina Diegues.

Propaganda enganosa ou não, o fato é que a prática é amplamente disseminada. Resta-nos as opções de deixar de comprar produtos picaretas e de dar alguma risada com a desfaçatez de seus fabricantes. “Deguste” as fotos desta matéria à vontade!

Conforme as indicações

Os produtos congelados (pizza e lasanha, da Sadia) foram preparados de acordo com as informações que constam da embalagem, como tempo de preparo e temperatura do forno ou micro-ondas.

Os cookies comprados pelo Idec parecem não ter passado pela fila das gotas de chocolate



FOTOS IZILDA FRANÇA

Não espere saborear um recheio cremoso e vermelhinho, com aparência de geleia. Ao morder a goiabinha você irá deparar com um recheio bem mais seco e de coloração mais escura que a da foto publicitária



Faltou melanina no biscoito. Ou será que era de chocolate branco? Uma “lupa” na embalagem destaca quatro generosas camadas de chocolate. A realidade não é bem assim

Os dois retângulos paralelos de recheio que aparecem na embalagem viraram um pequeno quadrado quando cortamos o panetone



A lasanha que preparamos ficou um pouco mais “esbelta” e desmantelada que a da foto divulgada na caixa



Onde foram parar as azeitonas suculentas e o queijo cremoso que aparecem na caixa?

O suculento polpettone que atraiu um de nossos pesquisadores não tinha, na realidade, uma cara lá muito atraente, além de ter sido servido em um prato todo respingado



Se tivesse que chutar, você diria que esse recheio é de carne? A carne moída rosada e soltinha que aparece na publicidade é, na verdade, uma massa compacta e esbranquiçada