

São Paulo, 19 de maio de 2009.

INSTITUTO ALANA
NÚCLEO ALANA DE DEFESA E EDUCAÇÃO
Rua Sansão Alves dos Santos, 102 – 4º andar
Brooklin Novo – São Paulo-SP
Cep 04571-090

Ref: Vanish Poder O2 Inteligente

Prezados Senhores,


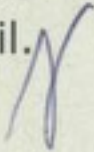
Acusamos o recebimento da notificação datada de 22 de abril de 2009, através da qual V.Sas. manifestaram-se a cerca do filme publicitário do produto Vanish Poder O2, cuja comercialização é feita pela empresa signatária. Dessa maneira, a empresa Reckitt Benckiser vem, por suas advogadas infra-assinadas, **CONTRA-NOTIFICÁ-LOS** nos seguintes termos:

O Instituto Alana sustenta a posição de que o filme publicitário de Vanish Poder O2 seria abusivo, por entender que o mesmo seria voltado ao público infantil, apesar do produto anunciado não ser direcionado a crianças. Aduzem, ainda, V.Sas. que o filme estimularia conduta reprovável e que não deveria ser veiculado em canais infantis.

Em que pese toda a argumentação apresentada por V.Sas., a Reckitt Benckiser está absolutamente convicta de que o filme em questão não viola normas legais nem tampouco éticas que regulamentam a publicidade no Brasil.

Reckitt Benckiser (Brasil) Ltda.

Rod. Raposo Tavares, 8015 Km18, Jardim Arpoador – São Paulo/SP.
Fone: 3783-7000



Como bem pontuaram V.Sas. o produto não é destinado a crianças e, por conseguinte, a divulgação do mesmo é claramente voltada ao público adulto, que, aliás, é parte significativa da audiência dos canais infantis. Lembramos, ainda, que não há no ordenamento jurídico nenhuma regra que proíba a veiculação de produtos de limpeza em canais infantis.

No que se refere à mensagem do filme do produto Vanish Poder O2, importante mencionar que esse produto é um aditivo para lavagem de roupas cujo principal atributo é a eficiência na remoção de mancha difíceis em vários tipos de tecidos.

O filme publicitário objeto de V. notificação tem como principal objetivo divulgar a presença de enzimas capazes de atrair moléculas específicas de sujeiras e removê-las onde quer que estejam localizadas, sem que seja preciso atuar diretamente nas fibras dos tecidos.

A idéia criativa utilizada no filme ora questionado foi concebida para comunicar esse novo benefício e consistiu em mostrar uma tentativa de superar o produto, que ao final vence o desafio, o que permite que seja mostrada a excelente performance de seus novos ingredientes.

A escolha de crianças para protagonizar o filme se deve ao fato de que faz parte do universo infantil o uso da criatividade para superar desafios. De fato, é consenso entre os educadores que durante seu desenvolvimento a criança deve experimentar e conhecer o mundo através da brincadeira, e a superação de desafios é um elemento importante que estimula a curiosidade e ajuda na construção da auto-estima.

Assim, a cena das crianças sujando as roupas para desafiar o produto é coerente com a idéia criativa proposta. Essa atitude mostrada no filme apenas reforça que as protagonistas são crianças saudáveis,



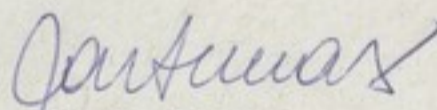
criativas, e que estão experimentando o mundo através do uso da imaginação, o que de maneira nenhuma pode ser considerado uma conduta reprovável ou deseducativa.

Reforça esse entendimento a cena que mostra a reação da mãe das crianças ao perceber que as mesmas estavam tentando desafiar o produto. A mulher esboça preocupação com o trabalho que imagina que irá ter para remover as manchas mas, por outro lado, é nítida sua sensação de satisfação ao ver que os filhos estão exercitando a imaginação de maneira saudável.

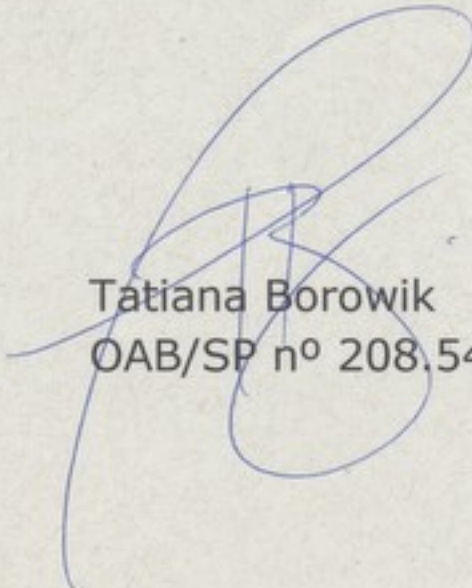
O filme de Vanish Poder O2 mostra crianças brincando. As cenas são leves e a situação mostrada é evidentemente lúdica.

Desta maneira, reiteramos nossa convicção de que o filme não transmite mensagem abusiva e está totalmente de acordo com as normas legais e éticas vigentes no Brasil, razão pela qual informamos que a publicidade continuará a ser divulgada normalmente.

Atenciosamente,



Carla Simas
OAB/SP nº 143.082



Tatiana Borowik
OAB/SP nº 208.542