

COMUNICAÇÃO DE DESPACHO

Ao
INSTITUTO ALANA
AT. DRA. ISABELLA VIEIRA MACHADO HENRIQUES
FAX: (11) 3472-1815
TEL: (11) 3472-1831

REPRESENTAÇÃO Nº 330/07

Denunciante: GRUPO DE CONSUMIDORES (INSTITUTO ALANA)
Denunciado: anúncio "SANDÁLIA MORANGUINHO"
Anunciante: INDÚSTRIA DE CALÇADOS GRENDENE LTDA.
Agência: ESCALA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.


Para conhecimento de V.Sas. informamos o despacho exarado pela Sra. Conselheira Relatora.

DESPACHO

" (Cópia em anexo)

Ass. MARISA D'ALESSANDRI – Relatora"

São Paulo, 04 de janeiro de 2008.


EDNEY G. NARCHI
Diretor Executivo do CONAR

Denunciante: Grupo de Consumidores (Instituto Alana)

Denunciado: Anúncio "Sandália Moranguinho"

Anunciante: Indústria de Calçados Grendene Ltda.

Agência: Escala Comunicações Ltda.

Relatora: Conselheira Marisa D'Alessandri.

Instituto Alana (a "Denunciante") ofereceu Representação contra Indústria de Calçados Grendene Ltda. (a "Anunciante"), sob a alegação de que o anúncio "Sandália Moranguinho" (o "Anúncio") infringe os artigos 1º, 3º, 6º e 37 do Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária (CBARP).

A Denunciante afirma, em síntese, que: **(i)** o Anúncio transmite mensagem direta ao público infantil e incentiva a criança a pedir o produto (sandália) a seus pais, com o intuito de receber o brinde (Fantasticorda); **(ii)** pela oração "Comece agora mesmo a brincar com ela", o Anúncio dirige apelo imperativo direto à criança, para que esta brinque com o brinde; **(iii)** o Anúncio emprega modelo infantil para vocalizar sugestão de uso do brinde; **(iv)** a oferta do produto associada à entrega do brinde caracteriza venda casada, em infração ao Código de Defesa do Consumidor.

A Denunciante apresenta pareceres e outros documentos para sustentar suas alegações e, ao final, pede a sustação imediata da veiculação do Anúncio.

É O RELATÓRIO

O artigo 37, *caput* e item 1 (f), do CBARP condena o Anúncio que dirija apelo imperativo de consumo diretamente à criança e que empregue criança como modelo para vocalizar sugestão ou recomendação de uso ou consumo.

No caso em análise, observo que o Anúncio é inteiramente formulado com base em elementos e recursos do universo infantil (modelo com idade inferior a 12 anos, cenário fantasioso, animais humanizados, cores fortes etc.). Com isso se nota a clara intenção da Anunciante em atrair a atenção de crianças para o brinde anunciado. Essa percepção é reforçada pelo fato de que o foco do Anúncio está completamente voltado ao brinde e não ao produto (sandália); o Anúncio pretende despertar na criança o interesse pela Fantasticorda, para, indiretamente, vender o produto. A criança é, pois, chamada a influenciar seus pais na decisão de compra do produto.

Ademais, entendo que a modelo infantil é empregada no Anúncio para transmitir diretamente à criança sugestão de uso do brinde. A modelo não só demonstra o produto anunciado; ela divulga o brinde por meio de atuações e falas que visam a atingir o público infantil. A fala final, no imperativo, evidencia o apelo direto à criança.

Pelo exposto, com base em uma avaliação preliminar do caso, entendo plausíveis as razões (*fumus boni iuris*) da Representação em epígrafe.

Com fundamento no artigo 30, I, do Regimento Interno deste Conselho de Ética, considerando a possibilidade de a demora no julgamento da Representação agravar os riscos de danos à criança, concedo a medida liminar pleiteada pela Denunciante, para determinar a sustação imediata do Anúncio em questão.

São Paulo, 3 de janeiro de 2008



Relatora