

## Banco Itaú S.A.

São Paulo, 13 de fevereiro de 2008.

Ao Instituto Alana

Prezados Senhores,

Gostaríamos de agradecer pelas considerações que nos foram enviadas pelo Instituto Alana a respeito do comercial "Itausão", que desenvolvemos no final de 2007.

Pedimos desculpas pela demora em responder, esclarecendo que o trabalho que recebemos foi objeto de profunda análise e amplos debates com as agências de publicidade que nos atendem.

Reputamos o trabalho desenvolvido pelo Instituto na defesa dos direitos da criança e do adolescente como extremamente sério e de maior importância. Iniciativas como essa fazem a diferença e são fundamentais para o desenvolvimento de uma sociedade melhor e de um país mais consciente e igualitário hoje e no futuro.

O Itaú acredita e também trabalha nessa direção e tem procurado contribuir com a causa da infância e adolescência quer através dos significativos projetos de educação da Fundação Itaú Social quer pelas iniciativas de programas como o Itaú Criança que mobiliza funcionários e clientes em apoio ao Estatuto da Criança e do Adolescente.

Como exemplo, no primeiro ano do Itaú Criança arrecadamos nas agências do Itaú mais de 2 milhões de livros infantis que beneficiaram 1,8 milhão de crianças assistidas pela Pastoral da Criança e do Adolescente e, em 2007, apoiamos mais de 2000 escolas públicas para a criação e reforço de suas bibliotecas.

A importância de se cuidar com atenção das crianças e adolescentes é um assunto internalizado na cultura e no jeito de ser do Banco Itaú. Procuramos manifestar essa crença não só através das iniciativas destacadas acima, mas também no dia a dia e em todas as relações da empresa.

Na propaganda não tem sido diferente. Na história de mais de 30 anos de comunicação do Itaú, estamos sempre atentos para que o que comunicamos seja algo sempre positivo para a sociedade e condizente com nossas crenças e valores.

Quando desenvolvemos o comercial "Itausão" em nenhum momento objetivamos colocar crianças para induzir o consumo de produtos e serviços financeiros ou em situação de ideal de êxito na vida apenas em virtude da conquista de bens materiais.

No entanto, em função da mensagem do comercial ter dado interpretações distintas de seu objetivo, além de não mais ser prevista a veiculação do mesmo, redobramos a atenção na futura eventual utilização de protagonistas infantis na nossa publicidade.

Agradecemos novamente a oportunidade que nos concedem para que possamos refletir continuamente sobre os impactos resultantes de nossa comunicação.

Cordialmente,



Cristiane Magalhães Teixeira  
Diretora de Marketing, Comunicação e Design

C/C: Sra. Ana Lucia Villela

**Banco Itaú S.A.**

Praça Alfredo Egydio de  
Souza Aranha, 100 Torre Itáusa  
04344 902 São Paulo SP  
www.itaubr.com