

São Paulo, 28 de novembro de 2011.

Instituto Alana
Rua Sansão Alves dos Santos , 102/4º andar
Cidade Monções – São Paulo/SP
CEP: 04571-090

Prezados Senhores,

Agradecemos as observações enviadas pelo Instituto Alana a respeito da campanha publicitária “Não é de hoje”, veiculada no ano de 2011.

Aproveitamos para ratificar nossas elevadas considerações sobre a atuação do Instituto, que desenvolve um relevante trabalho de defesa dos direitos da criança e do adolescente no âmbito das relações de consumo, contribuindo para a construção de uma sociedade mais consciente e igualitária.

Gostaríamos de registrar que a atuação do Itaú é pautada por princípios de seriedade, respeito e transparência, resultando no compromisso de oferecer o melhor atendimento aos seus clientes, respeitando sempre suas necessidades.

Nesse sentido, o Itaú tem desenvolvido uma série de ações visando o uso consciente de recursos financeiros por seus clientes e pelos consumidores de modo geral. Para disseminação da cultura do consumo consciente, disponibilizamos exemplos de nossas ações nos principais canais de comunicação.

Além disso, o Itaú busca especial contribuição à causa da criança e do adolescente por meio de iniciativas como o Itaú Criança, responsável pela divulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) com vistas à sensibilização dos diversos públicos para o conhecimento do estatuto e envolvimento com a causa social.

Feitas as considerações iniciais, quanto aos termos da Notificação Extrajudicial apresentada por esse Instituto em face do Itaú, esclarecemos:

- (i) O objetivo da campanha “Não é de hoje” é promover o consumo consciente, e não estimular o consumismo, em consonância, portanto, com os objetivos do próprio Instituto Alana. Salientamos ainda que a campanha não é destinada à venda de produtos ou serviços financeiros às crianças, não se

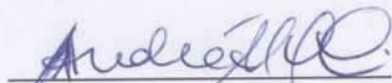
tratando de comunicação mercadológica propriamente dita, mas sim de comunicação institucional de imagem e marca;

- (ii) Conforme mencionado na Notificação Extrajudicial, o texto citado pela criança na peça publicitária em questão é "Eu e o mundo mudamos, o que não mudou foi o respeito do Itaú com a gente". O termo "a gente" se refere a "eu e o mundo", restando claro que a campanha frisa o respeito do Itaú com relação aos expectadores de modo geral e não restritivamente às crianças, como afirmado pelo Instituto Alana;
- (iii) Não há que se falar em reiterada prática abusiva, tendo em vista que a campanha publicitária "Não é de hoje" não possui qualquer relação com as campanhas "Itauzão" e "Galerinha do Futuro", questionadas anteriormente pelo Instituto Alana;
- (iv) Em momento algum o Itaú utilizou a figura da criança na campanha publicitária "Não é de hoje" com o intuito de colocá-la na posição de promotora de vendas e tornar a publicidade mais persuasiva para o público infantil; e
- (v) Em que pese a campanha em questão não tenha como público alvo a criança, reiteramos nosso entendimento de que o ordenamento jurídico atual não veda a publicidade dirigida ao público infantil, sendo esta permitida desde que observadas as regras de proteção à criança e ao adolescente, sempre analisadas e seguidas pelo Itaú.

Ademais, informamos que a campanha publicitária em questão não está sendo mais veiculada.

Por fim, agradecemos novamente a oportunidade de manifestação concedida pelo Instituto Alana, cujo trabalho contribui para a reflexão e o incentivo ao debate sobre os impactos da comunicação publicitária.

Cordialmente,



Andréa Pinotti Cordeiro
Itaú Unibanco S.A.