

OF.PRES.009/15

REF.Of.nº 2580/15

C nº 161/15

SISMP nº 14.522.173/15

PJ DIDCJC.
FLS. 239y

São Paulo, 26 de agosto de 2015.

Senhor Promotor de Justiça

O **CONAR- Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária**, solicitado pelo Of. nº 258015 a se manifestar a respeito de atividade da Fábrica de Produtos Alimentícios Vigor S/A, denominado "Projeto Escola Vigor" nos autos do Inquérito Civil nº 161/15 (SIS MP nº 14.522.173/15), em curso por essa d. Procuradoria, tem a satisfação de vir à presença de V.Sa. para prestar-lhe os seguintes esclarecimentos.

Aprovado em 1978 e permanentemente atualizado, o texto do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária é o documento-matriz das atividades do CONAR, no controle ético da publicidade brasileira. O artigo 18 desse Código define o objeto do controle exercido: "Para os efeitos deste Código: a) a palavra **anúncio** é aplicada em seu sentido lato, abrangendo qualquer espécie de publicidade, seja qual for o meio que a veicule. Embalagens, rótulos, folhetos e material de ponto de venda são, para esse efeito, formas de publicidade. A palavra **anúncio** só abrange, todavia, a publicidade realizada em espaço ou tempo pagos pelo anunciante;

Assim, a expertise do CONAR se projeta sobre peças publicitárias de qualquer formato (anúncios), levados ao público consumidor pela intermediação de algum dos meios de comunicação (mídia).

emp. 1978
4/9/15
[assinatura]

[assinatura]

CONAR

Conselho Nacional de
Autorregulamentação
Publicitária

RECEBIDO
FLS. 2404

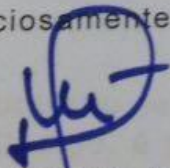
A contrario sensu, o parágrafo único do art. 8º, que trata dos objetivos do Código, é preciso ao definir: "Não são capituladas neste Código as atividades de relações públicas e "publicity", por serem ambas distintas tanto da publicidade quanto da propaganda."

Parece-nos claro que a atividade "Projeto Escola Vigor" é uma típica ação de relações públicas da indústria mencionada, não podendo ser considerada, para os efeitos do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária um anúncio e, como tal, eventualmente sujeita ao crivo do Conselho de Ética do CONAR, razão pela qual nos abstermos de oferecer interpretação sobre a ética, legitimidade e regularidade daquele programa.

Igual manifestação deste CONAR foi encaminhada em 27.7.15 ao ilustre Procurador Regional dos Direitos do Cidadão do Ministério Público Federal, que nesta oportunidade é reiterada e cuja cópia tomamos a liberdade de juntar, para conhecimento de V.Sa.

Juntando, também para melhor elucidação, exemplares do Código de Autorregulamentação e de recente obra descritiva sobre o controle do CONAR em face da publicidade infantil, a entidade signatária reitera sua consideração a V.Sa., ao Ministério Público do Estado de São Paulo e permanece à disposição para eventual esclarecimento.

Atenciosamente

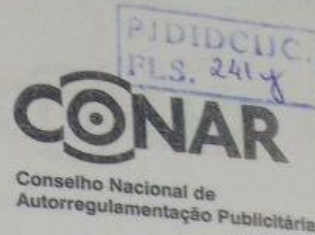


GILBERTO C. LEIFERT
Presidente

Ao Ilmo.

Dr. Eduardo Dias de Souza Ferreira
M.D. Promotor de Justiça de Defesa dos Interesses
Difusos e Coletivos da Infância e Juventude
Ministério Público do Estado de São Paulo
Rua Riachuelo, 115 - 1º and.- sala 147
01007-000 - São Paulo - SP

São Paulo, 27 de julho de 2015.



Senhor Procurador-Regional

O CONAR- Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, solicitado a se manifestar a respeito de atividade da Fábrica de Produtos Alimentícios Vigor S/A, denominado "Projeto Escola Vigor" nos autos do Procedimento Preparatório 1.34.001.002.589./2015-21, em curso por essa d. Procuradoria, tem a satisfação de vir à presença de V.Sa. para prestar-lhe os seguintes esclarecimentos.

Aprovado em 1978 e permanentemente atualizado, o texto do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária é o documento-matriz das atividades do CONAR, no controle ético da publicidade brasileira. O artigo 18 desse Código define o objeto do controle exercido: "Para os efeitos deste Código: a) a palavra **anúncio** é aplicada em seu sentido lato, abrangendo qualquer espécie de publicidade, seja qual for o meio que a veicule. Embalagens, rótulos, folhetos e material de ponto de venda são, para esse efeito, formas de publicidade. A palavra **anúncio** só abrange, todavia, a publicidade realizada em espaço ou tempo pagos pelo anunciante;

Assim, a expertise do CONAR se projeta sobre peças publicitárias de qualquer formato (anúncios), levados ao público consumidor pela intermediação de algum dos meios de comunicação (mídia).

A contrario sensu, o parágrafo único do art. 8º, que trata dos objetivos do Código, é preciso ao definir: "Não são capituladas neste Código as atividades de relações públicas e 'publicity', por serem ambas distintas tanto da publicidade quanto da propaganda."

Parece-nos claro que a atividade "Projeto Escola Vigor" é uma típica ação de relações públicas da indústria mencionada, não podendo ser considerada, para os efeitos do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária um anúncio e, como tal, eventualmente sujeita ao crivo do Conselho de Ética do CONAR, razão pela qual nos abstermos de oferecer interpretação sobre a ética, legitimidade e regularidade daquele programa.

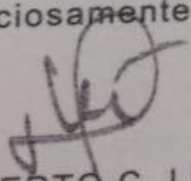


Conselho Nacional de
Autorregulamentação Publicitária

V.Sa., no entanto, nos oferece a oportunidade de, uma vez mais, tecer comentários a respeito do teor da Resolução CONANDA nº 163, de março de 2014. O CONAR, então, reitera em todos os seus termos, o Ofício nº Pres/027/2014, que originalmente respondeu o Ofício nº 14866/2014-GABPR1-ASF, MPF-PR/SP-61009/2014, este subscrito pela d.Procuradora da República Dra. Adriana da Silva Fernandes. Permitimo-nos juntar cópia integral daquela nossa manifestação, da qual, desde logo, destacamos o seguinte trecho: *"Diante deste quadro, sem qualquer exame sobre as atividades desenvolvidas pelo CONANDA ou juízo de valor acerca do trabalho desempenhado, mas a respeito do conteúdo da Resolução nº 163/2014 desse e. Conselho, tem-se que a mencionada medida não possui a natureza de comando que possa vincular a conduta dos particulares e nem conduzir a interpretação do Poder Judiciário na exegese das regras conceituais do Código de Defesa do Consumidor."*

Juntando, também para melhor elucidação, exemplares do Código de Autorregulamentação e de recente obra descritiva sobre o controle do CONAR em face da publicidade infantil, a entidade signatária reitera sua consideração a V.Sa., ao MPF e permanece à disposição para eventual esclarecimento.

Atenciosamente


GILBERTO C. LEIFERT
Presidente

Ao Ilmo.
Dr. Pedro Antonio de Oliveira Machado
Procurador Regional dos Direitos do Cidadão
Ministério Público Federal
Rua Frei Caneca, 1360 – Consolação
01307-002 – São Paulo - SP

IC 161/15

PUBLICIDADE Nº 2434

Cidadãos responsáveis e consumidores conscientes dependem de informação.

ESTE IC TEM AP

PROMOT

Nº MP

Área: INFÂNC

Cargo: 15º PRO

Tipo de Docum

Recebimento P

Local do Fato

SÃO PAULO - SP

Participante:

REPRESENTA

S/A FÁBRICA D

REPRESENTA

INSTITUTO A

Tema:

PROTEÇÃO

Assunto:

Informaç

Nº 161/

o período

??? !!!!
??? !!!!
!!!! ???
??? !!!!?



NÃO!

AS NORMAS ÉTICAS E A AÇÃO DO CONAR NA PUBLICIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS DESTINADOS A CRIANÇAS E ADOLESCENTES



35 ANOS DE ÉTICA NA PRÁTICA

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA