

CONAR

Conselho Nacional de
Autorregulamentação
Publicitária

PJJC - SDIDC

FLS. 524 *h*

Comunicado - URGENTE

Ofício C.E. 008/2017

São Paulo, 26 de abril de 2017.

A Ilma. Sra.

Dra. LUCIANA BERGAMO

DD. Promotora de Justiça da Infância e Juventude da Capital – Defesa dos Interesses
Difusos e Coletivos

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Rua Riachuelo, 115 – 1º andar, salas 143/145 – Centro

01007-000 - São Paulo/SP

pidifusosinfancia@mbsp.mp.br

Ref.: Of. 1406/17

IC nº 048/16 – SISMO 14.522.71/16

Senhora Promotora de Justiça,

Em atenção ao ofício em epígrafe, cabe informar que parte da campanha aludida, do Anunciante Bimbo do Brasil Ltda., foi objeto de exame por este Conselho, na Representação ética 105/16 e por meio de orientação prévia não vinculativa (conforme cópias em anexo).

Os novos materiais indicados não foram localizados nos links e site informados, de forma que foi instaurada nova representação, nº 068/17, objetivando apenas o anúncio cuja cópia foi encaminhada por V.Senhoria. Tudo isto conforme registro da abertura do processo cujas cópias também acompanham este ofício.

Sendo o que por ora cumpria, apresentamos-lhe os protestos de elevado respeito.

Edney G. Narchi
EDNEY G. NARCHI
Vice-Presidente Executivo.

esp nº 1004/17
05/05/17 *fic*

REPRESENTAÇÃO DE OFÍCIO

O CONSELHO SUPERIOR DO CONAR, por seu Presidente, nos termos do artigo 32, inciso VII dos Estatutos Sociais e com fundamento nos artigos, 1º, 3º, 6º, 9º, 28, 37 e Anexo "H" do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, tendo em vista o ofício enviado pelo Ministério Público do Estado de São Paulo, oferece Representação objetivando o anúncio "(...) **AGORA VOCÊ VAI CONHECER A NOSSA MÁGICA E DIVERTIDA FÁBRICA DE BOLINHOS - ANA MARIA**", veiculada em site, sob a responsabilidade do Anunciante **GRUPO BIMBO LTDA.**, com endereço na Av. Dr. João Guimarães, 699, CEP 07541-970.

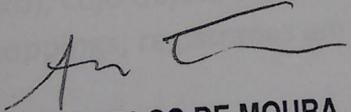
A Ilma. Sra. Promotora de Justiça de Defesa dos Interesses Difusos e Coletivos da Infância e Juventude de São Paulo solicitou ao CONAR a análise de ação publicitária, cuja delimitação consta da manifestação do Sr. Vice-Presidente Executivo (anexo).

Trata-se de denúncia de irregularidade da referida publicidade, incumbindo este órgão do exame de infração que encontraria respaldo nas regras do CBAP, em especial a imputada confusão da peça publicitária com o conteúdo editorial e de entretenimento, o que infringiria o disposto nos artigos 9º e 28 do Código.

É preciso registrar, ainda, que o artigo 1º do Código prevê a conformidade das mensagens publicitárias com a legislação em vigor, bem como o máximo respeito à Constituição Federal, que sim consagra os princípios de proteção integral e prioridade absoluta da criança, o que implica em sopesamento dos direitos envolvidos com a primazia da proteção ao menor, mas não a supressão total dos demais direitos fundamentais (liberdade de iniciativa e de empreender e liberdade de expressão).

O Vice-Presidente Executivo do CONAR, após a distribuição do processo, determinará providências para citar o Anunciante, nos termos do disposto no artigo 17 e seguintes do Regimento Interno.

São Paulo, 25 de abril de 2017.


ANTONIO CARLOS DE MOURA
Presidente do CONAR, em exercício.





Conselho Nacional de
Autorregulamentação
Publicitária

PJJC - SD/DC
FLS. 526

Ref.: Ofício MP/SP nº 1406/17.
Inquérito Civil MP/SP nº 048/16.

Senhor Presidente,

Trata-se de pedido do Ministério Público de São Paulo, de informações acerca de eventual análise e alegada 'aprovação' pelo CONAR do 'projeto *Confeitaria Divertida*', da empresa Bimbo do Brasil Ltda., em indicada parceria com a emissora Globo, no canal 'Mundo Globo'. Sobre referido questionamento, cumpre informar e submeter a sua superior deliberação o quanto segue.

De fato houve aqui a análise de algumas peças do projeto mencionado, por meio das consulta e Representação Ética abaixo detalhadas.

Entretanto, as peças agora trazidas não tinham sido, até então, analisadas por este órgão; e tem natureza, formato e conteúdo bastante distintos das outrora examinadas, o que nos leva a propor a abertura de nova representação para proceder à averiguação solicitada.

Materiais já examinados:

I) Representação nº 105/16: em maio/2016 o CONAR recebeu ofício do Ministério Público de São Paulo, relativo ao mesmo Inquérito Civil nº 048/16, solicitando o exame de ações de divulgação em parque e shoppings do produto bolinhos Ana Maria. Foi então instaurada neste órgão a Representação ética nº 105/16 (cópias da decisão em anexo), cujo objeto compreendeu o exame das referidas ações publicitárias em parque e shoppings, registradas em site e blogs.

II) Consulta de associado: no uso da prerrogativa prevista nos artigos 5º, nº III, e 12, nº II, letra 'b', dos Estatutos Sociais, a empresa Globosat Programadora Ltda (Gloob) encaminhou pedido de consulta, conhecido também pelo termo 'Copy Advice', acerca de materiais publicitários do produto Bolinho Ana Maria, consistente em anúncios no formato de apresentação de receita gastronômica envolvendo o referido alimento. O teor da resposta à referida consulta segue também em anexo, com o devido alerta de

não constituir 'aprovação', e sim mera orientação, sem a força de vincular decisões administrativas e/ou judiciais.

PJJJC - SDIDC

FLS. 527 *st*

Materiais apresentados no ofício 1406/17:

No ofício em epígrafe há menção, prints de telas e endereços de site que teriam ofertas publicitárias em meio a jogos eletrônicos, bem como foram mencionados vídeos e demais conteúdo de navegação. Ocorre que, na data de recebimento do ofício, referido material não estava disponível nos endereços indicados e nem nos sites das empresas mencionadas, conforme relatório em anexo.

Foi possível obter cópia, dentre todo material mencionado, apenas de vídeo cuja cópia acompanhou o ofício (em CD-DVD), e portanto constitui este o material cujo exame torna-se viável, o qual submeto a V.sa., com a proposta de abertura da competente Representação Ética.

São Paulo, 20 de abril de 2017.

Edney G. Narchi
EDNEY G. NARCHI
Vice-Presidente Executivo

Relatório de Pesquisa

Referente: material indicado em ofício do Ministério Público de São Paulo nº 1406/17.
Inquérito Civil nº 048/16 – SISMP 14.522.71/16.
Conteúdos:

<http://mundogloob.globo.com/especiais/confeitaria-divertida/>

<http://mundogloob.globo.com/especiais/confeitaria-divertida/videos/5333234.htm>

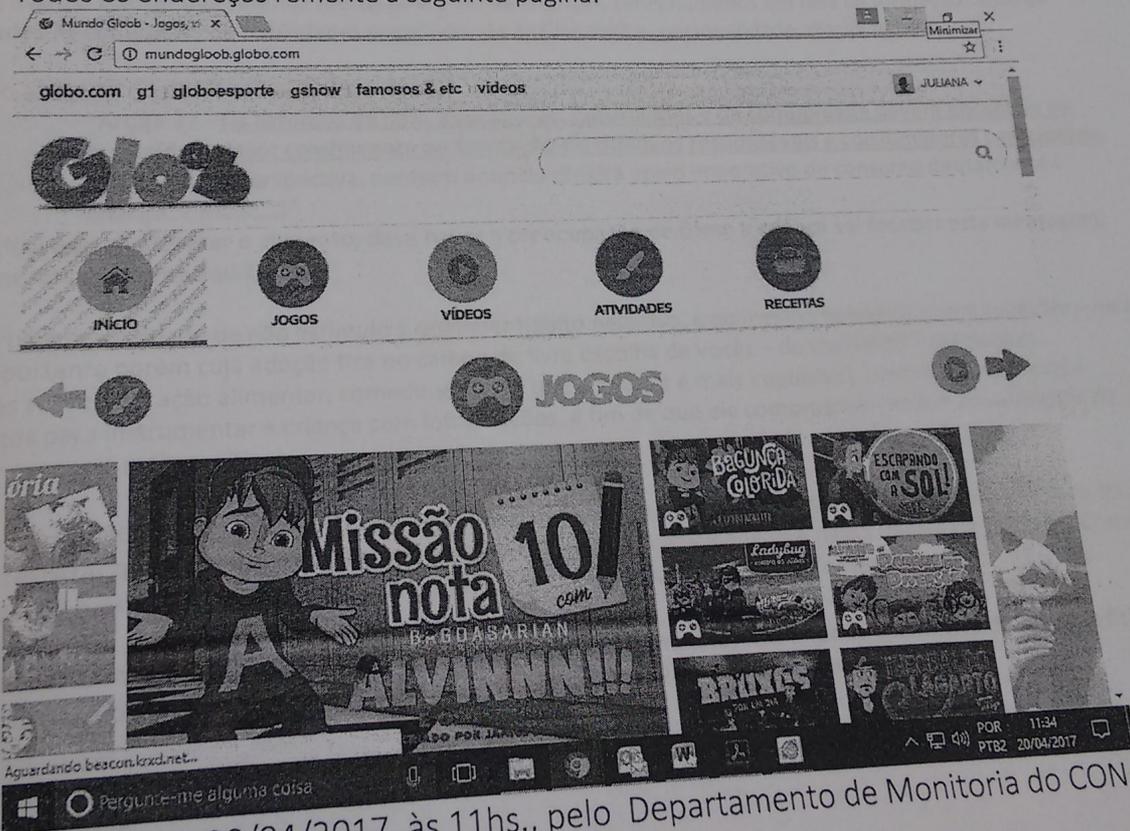
<http://mundogloob.globo.com/especiais/confeitaria-divertida/jogos/jogo-confeitaria-divertida.htm>

<http://mundogloob.globo.com/especiais/confeitaria-divertida/atividades/envie-sua-receita.htm>

<http://mundogloob.globo.com/especiais/confeitaria-divertida/receitas/coracao-de-bolinhas-do-eros.htm>

Não estão mais acessíveis.

Todos os endereços remete à seguinte página:



Pesquisa em 20/04/2017, às 11hs., pelo Departamento de Monitoria do CONAR.

Juliana Albuquerque

PJJC - SDIDC

FLS. 529

em:

Juliana Albuquerque <adjunto@conar.org.br>
quinta-feira, 23 de fevereiro de 2017 18:21
'Luciane Neno'
RES: Programete Bimbo

io:

Luciane,

Conforme solicitado, envio abaixo a análise sobre a indagação feita, acerca de formato publicitário apresentado: vídeos intitulados 'Confeitaria Divertida' (trechos abaixo).

Tratase de vídeo com a apresentação de receitas gastronômicas por 3 crianças.

Em linha com conversas recentes, observamos que referida ação cruza 2 aspectos controversos da comunicação publicitária na atualidade: não apenas no Brasil, mas em todo mundo a publicidade de alimentos e a que envolve crianças e adolescentes é alvo de pesquisas e propostas de restrições. Isto porque os menores são mais vulneráveis, demandando maior cuidado nas mensagens a eles destinadas.

Não há vedação expressa e específica a este formato, de mensagem publicitária mais longa. A semelhança com o programa de culinária poderia dar ensejo a crítica de confundir a criança sobre a natureza/intenção comercial da mensagem.

O conteúdo do vídeo foi muito boa a iniciativa de incluir a frase 'informe publicitário' ao longo de todo o vídeo. Atualmente ela poderia ter fonte/destaque maior e, caso a audiência seja substancialmente menor de 5/6 anos (ou não alfabetizados), seria interessante incluir tal informação em locução no começo do vídeo.

Em relação ao teor dos programas: como se sabe, os alimentos repercutem diretamente na saúde humana, e sua publicidade não pode ficar alheia para esta questão. Deve-se a isto o fato de que referida mensagem envolve crianças, seres humanos em fase de formação tanto de características físicas quanto de habilidades cognitivas, de análise crítica, personalidade, disciplina, etc.

O próprio artigo 37 do CBAP começa enfatizando:

"Artigo 37 - **Os esforços de pais, educadores, autoridades e da comunidade devem encontrar na publicidade fator coadjuvante na formação de cidadãos responsáveis e consumidores conscientes.**

Diante de tal perspectiva, nenhum anúncio dirigirá apelo imperativo de consumo diretamente à criança. E mais(...)"

O que significa que ao oferecer o alimento, deve haver a preocupação de como a criança vai receber esta mensagem, e não consumir de forma equilibrada.

Então há a necessidade de não estimular a qualquer hábito negativo, e ao mesmo tempo fica uma sugestão – esta é uma informação importante porém cuja adoção fica no campo de livre escolha de vocês – de transmitir informações relevantes sobre educação alimentar, comedimento (já que a criança é mais impulsiva), prática de exercícios e outros atos para instrumentar a criança com informações, a fim de que ela compreenda melhor as vantagens de adotar posturas mais positivas.

Por exemplo, quando mencionam um bolo com 14 bolinhos, dar a ideia que será dividido por várias crianças, etc. É preciso registrar que foi examinado apenas o formato, e não a publicidade que passa depois da 'pílula' ("Como a mãe vê...") e expressão "Uma deliciosa combinação de chocolate com ingredientes naturais".

Também necessário destacar que este parecer tem natureza orientativa, não impede denúncias de pessoas físicas ou jurídicas e não vincula decisões do Conselho de Ética do CONAR e nem da Justiça.

Respeito e atentamente,
Juliana Albuquerque

Fl. (Ofício)	Fl. (Resposta)
416	425
417	503
464	524
552	

em:

Juliana Albuquerque <adjunto@conar.org.br>
quinta-feira, 23 de fevereiro de 2017 18:21
'Luciane Neno'
RES: Programete Bimbo

Luciane,

Como solicitado, envio abaixo a análise sobre a indagação feita, acerca de formato publicitário apresentado:
intitulados 'Confeitaria Divertida' (trechos abaixo).

Se de vídeo com a apresentação de receitas gastronômicas por 3 crianças.

Não há com conversas recentes, observamos que referida ação cruza 2 aspectos controversos da comunicação comercial na atualidade: não apenas no Brasil, mas em todo mundo a publicidade de alimentos e a que envolve crianças e adolescentes é alvo de pesquisas e propostas de restrições. Isto porque os menores são mais vulneráveis, demandando maior cuidado nas mensagens a eles destinadas.

Não há vedação expressa e específica a este formato, de mensagem publicitária mais longa. A semelhança com o programa de culinária poderia dar ensejo a crítica de confundir a criança sobre a natureza/intenção comercial da mensagem.

O sentido foi muito boa a iniciativa de incluir a frase 'informe publicitário' ao longo de todo o vídeo. Igualmente ela poderia ter fonte/destaque maior e, caso a audiência seja substancialmente menor de 5/6 anos (alfabetizados), seria interessante incluir tal informação em locução no começo do vídeo.

Importante ao teor dos programas: como se sabe, os alimentos repercutem diretamente na saúde humana, e sua natureza publicitária não pode ficar alheia para esta questão.

Em relação a isto o fato de que referida mensagem envolve crianças, seres humanos em fase de formação tanto de habilidades físicas quanto de habilidades cognitivas, de análise crítica, personalidade, disciplina, etc.

O próprio artigo 37 do CBAP começa enfatizando:

"Artigo 37 - Os esforços de pais, educadores, autoridades e da comunidade devem encontrar na publicidade fator coadjuvante na formação de cidadãos responsáveis e consumidores conscientes.

Diante de tal perspectiva, nenhum anúncio dirigirá apelo imperativo de consumo diretamente à criança. E mais(...)"

O que significa que ao oferecer o alimento, deve haver a preocupação de como a criança vai receber esta mensagem, e não consumir de forma equilibrada.

O alimento há a necessidade de não estimular a qualquer hábito negativo, e ao mesmo tempo fica uma sugestão – esta é importante porém cuja adoção fica no campo de livre escolha de vocês – de transmitir informações relevantes sobre educação alimentar, comedimento (já que a criança é mais impulsiva), prática de exercícios e outros atos para instrumentar a criança com informações, a fim de que ela compreenda melhor as vantagens de adotar posturas mais positivas.

Por exemplo, quando mencionam um bolo com 14 bolinhos, dar a ideia que será dividido por várias crianças, etc. É preciso registrar que foi examinado apenas o formato, e não a publicidade que passa depois da 'pilula' ("Como minha mãe vê...") e expressão "Uma deliciosa combinação de chocolate com ingredientes naturais".

Também necessário destacar que este parecer tem natureza orientativa, não impede denúncias de pessoas físicas ou jurídicas e não vincula decisões do Conselho de Ética do CONAR e nem da Justiça.

Atenciosamente,
Juliana Albuquerque

Neno
Marketing
(11) 2145-7804



Luciane Neno
Data em: segunda-feira, 20 de fevereiro de 2017 11:09
De: Juliana Albuquerque
Para: Programete Bimbo

...a, td bem?
...o falamos, segue o link do programete realizado no ano passado pela Bimbo e produzido por nós. Foi exibido no
...valo comercial com todos os cuidados indicados por vcs para esta categoria tão sensível de alimentos e bebidas.

<http://we.tl/e7GUnaUgzH>

...existe denúncia alguma e este programete não está mais no ar. Porém, o anunciante quer fazer uma segunda
...porada e gostaríamos de contar com o olhar de vcs já q temos hoje o formato pronto para avaliar.
...obrigada

Luciane Neno
Marketing
(11) 2145-7804



...a mensagem, incluindo seus anexos, contém informações legais privilegiadas e/ou confidenciais, não
...endo ser retransmitida, arquivada, divulgada ou copiada sem autorização do remetente. Caso tenha
...ebido esta mensagem por engano, por favor informe o remetente respondendo imediatamente a este e-
...il, e em seguida apague-a do seu computador. All information in this e-mail and attachments is
...nfidential and privileged. If you are not the intended addressee, please notify us immediately by returning
...s e-mail and delete this message from your computer. You should not forward, file, copy nor disclose this
...mail to any other person without prior authorization.

(Ofício)	Fis. (Resposta)
116	
417	425
464	503
514	524



CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA

PJJC - SDIDC

FLS. 532 *st*

CLIPPING

COMERCIAL: **AGORA VOCÊ VAI CONHECER A NOSSA MÁGICA E DIVERTIDA FÁBRICA DE BOLINHOS - ANA MARIA**
MÍDIA/FONTE: **https://www.youtube.com/watch?v=Ugo32_f4X-8**
CIDADE:
DEG. NÚMERO: **062-17** TEMPO: **1:24** DATA DEG.: **24/04/2017**

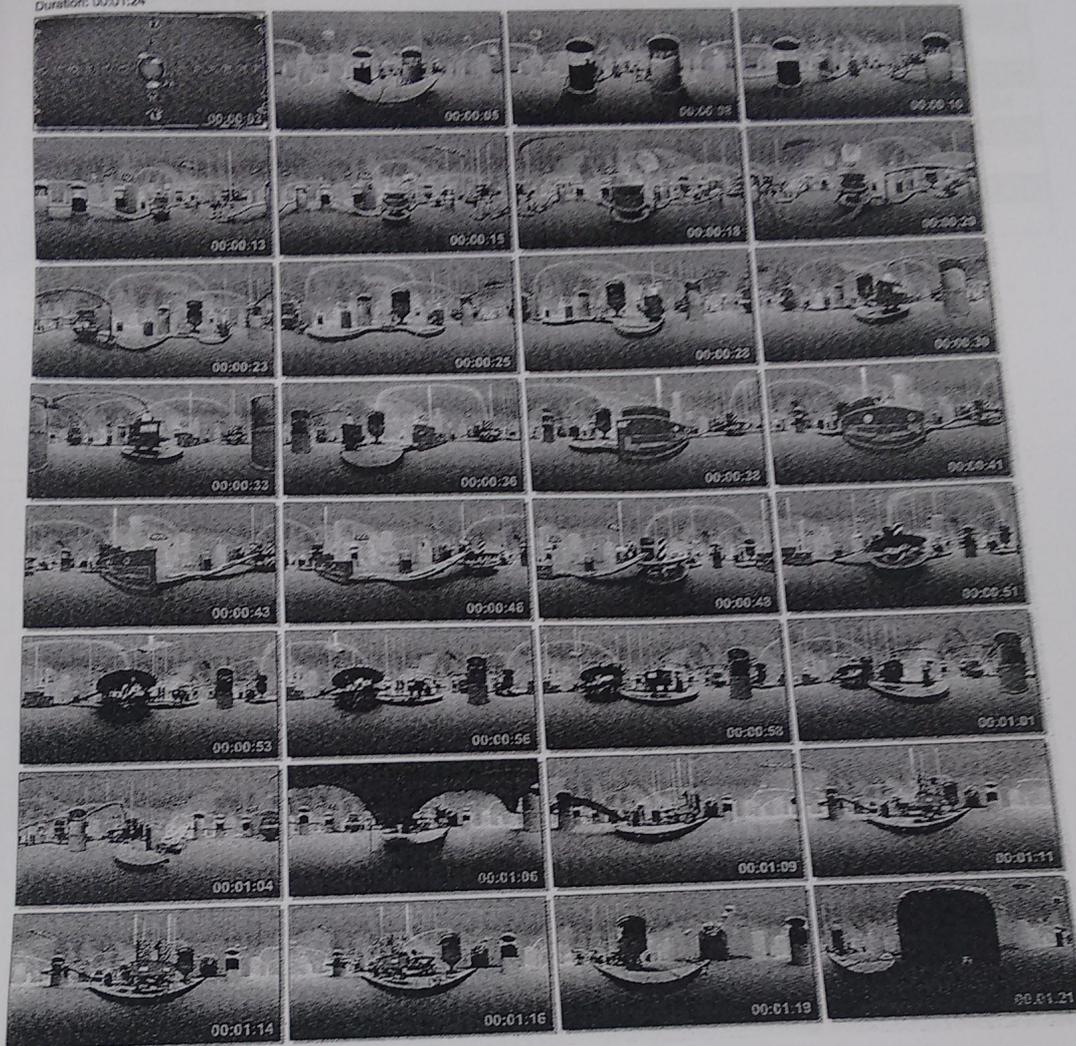
(Ofício)

16
17
18
19
20

DEGRAVAÇÃO

Ana Maria: Olá. Bem vindo ao mundo de Ana Maria. Agora você vai conhecer nossa mágica e divertida fábrica de bolinhos. Nossos ingredientes são cuidadosamente selecionados e então misturados essa bateadeira gigante. Enquanto se faz a massa. As forminhas são untadas, assim o bolinho não fica grudado na hora de sair da forma. Aqui colocamos a massa na quantidade certa. Nem uma gota a mais ou a menos. Cuidado o forno esta quente. Aqui o bolinho é assado e fica douradinho. Nossa esta quente mesmo. Melhor esperar esfriar no carrossel turbo ventilador. Assim fica na temperatura certa para poder comer. Comer? Não. Ainda não. Na recheadora colocamos um delicioso creme de chocolate dentro de cada bolinho. Depois que tiramos da forma a embaladora guarda cada bolinho em seu devido saquinho e pronto. Adorei a sua visita. Ah. E não se esqueça de manter uma alimentação saudável e equilibrada além de praticar esportes. Até mais.

File Name: AGORA VOCÊ VAI CONHECER A NOSSA MÁGICA E DIVERTIDA FÁBRICA DE BOLINHOS - ANA MARIA.mpeg
File Size: 7,19 MB (7.547.548 bytes)
Resolution: 640x360
Duration: 00:01:24



DADOS DO ANUNCIANTE		
anunciante		
BIMBO DO BRASIL LTDA		
endereço		
RUA ERICO VERISSIMO , 342 - JARDIM CAMBARA		
cep	uf	
05560-900	SP	
cidade		
SAO PAULO		
telefone	fax	
contato		

ACORDÃO

... em reunião realizada no âmbito do Conselho de Ética, em sessão pública, para deliberar sobre o pedido de registro do anúncio (Nº 1) e sua publicidade, tendo em vista a alteração de dados, por fundamentação dos artigos 2º, 3º, 4º, 5º, 6º, 7º, 8º, 9º, 10º, 11º, 12º, 13º, 14º, 15º, 16º, 17º, 18º, 19º, 20º, 21º, 22º, 23º, 24º, 25º, 26º, 27º, 28º, 29º e 30º, da Lei nº 3.761, de 16 de dezembro de 1960, e do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, bem como o artigo 1º.

A Conselheira Tainá Fúquia, integrante do Conselho de Ética, manifestou-se a favor do anúncio, por entender que o mesmo não contém qualquer tipo de discriminação racial, religiosa, de gênero ou orientação sexual, devendo, portanto, ser considerado adequado para a publicidade, tendo em vista a informação sobre o produto, bem como a ausência de qualquer tipo de discriminação, promovendo hábitos saudáveis.

Participaram do julgamento do Conselho de Ética: Presidente, Tainá Fúquia; Vice-Presidente, Marco Maia; Secretário, Sérgio Pimenta; e Juiz de Direito, Dr. Diney G. Marchi.

A sessão foi dirigida pelo Vice-Presidente Executivo do CONAR, Dr. Diney G. Marchi, nos termos do artigo 28, VI das Estatutos Sociais.

Fizeram uso da palavra na oportunidade os Dns. Paulo Amantim e Juliana Mattos, sem voto.

São Paulo, 27 de maio de 2016.

DINEY G. MARCHI
Vice-Presidente Executivo do CONAR

TAINÁ FÚQUIA
Conselheira



Conselho Nacional de
Autorregulamentação
Publicitária

REPRESENTAÇÃO Nº: 105/16

Denunciante: CONSELHO SUPERIOR DO CONAR

Denunciado: Anúncio "ANA MARIA – FESTIVAL FASHION KIDS – PARQUE VILLA
LOBOS E CONFEITARIA ANA MARIA"

Anunciante: GRUPO BIMBO LTDA

ACÓRDÃO

Vistos, etc...

Acordam, em reunião ordinária da Sétima Câmara do Conselho de Ética, em sessão realizada nesta data, deixando de acolher por maioria de votos (4x1) a manifestação do Sr. Relator, em recomendar a **ALTERAÇÃO** do anúncio, com fundamento nos artigos 1º, 3º, 6º, 9º, 28, 37 e 50 letra "b" do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e em seu Anexo "H".

A Conselheira Tannia Fukuda divergiu do Relator, recomendando a Alteração do anúncio, por enfatizar que há sim a possibilidade de realizar as ações de divulgação dos produtos, devendo entretanto ter como diretriz, ao fazer publicidade de produto alimentício, transmitir informações sobre equilíbrio e educação alimentar, promovendo hábitos saudáveis.

Participaram do julgamento os Conselheiros Paulo Chueiri (Relator), Tannia Fukuda (Voto Vencedor), Marcio Maffei, Sergio Prandini e Oscar de Mattos Jr.

A sessão foi dirigida pelo Vice-Presidente Executivo do CONAR, Dr. Edney G. Narchi, nos termos do artigo 39, nº VI dos Estatutos Sociais.

Fizeram uso da palavra na oportunidade as Dras. Flavia Antonanzas e Juliana Bastos, pela denunciada.

São Paulo, 27 de julho de 2016.

EDNEY G. NARCHI
Vice-Presidente Executivo do CONAR

TANNIA FUKUDA
Relatora

CONAR – 7ª CÂMARA DO CONSELHO DE ÉTICAPROCESSO Nº 105/16

AUTOR: CONSELHO SUPERIOR DO CONAR

OBJETO: Anúncio "ANA MARIA – FESTIVAL FASHION KIDS – PARQUE VILLA LOBOS e CONFEITARIA ANA MARIA"

RESPONSÁVEL: Anunciante BIMBO DO BRASIL LTDA.

DOS FATOS

REPRESENTAÇÃO DE OFÍCIO

O Conselho Superior do Conar, por seu Presidente, nos termos do artigo 32, inciso VII dos Estatutos Sociais e com fundamento nos artigos 1º, 3º, 6º, 9º, 28º, 37º e Anexo "H" do CBAP, em razão de ofício enviado pelo Ministério Público do Estado de São Paulo, ofereceu Representação objetivando as campanhas/anúncios supramencionados, constituídos de ações de divulgação em parques, shoppings e na internet, sob a responsabilidade do Anunciante Bimbo do Brasil Ltda.

A Ilma. Sra. Dra. Patrícia Salles Seguro, Promotora de Justiça de Defesa dos Interesses Difusos e Coletivos da Infância e Juventude de São Paulo solicitou ao Conar a análise das ações publicitárias objeto desta Representação, diante de denúncia do Instituto Alana de que as mesmas seriam irregulares por se destinarem às crianças, o que, na interpretação da referida entidade, configuraria abusividade e violação da legislação nacional.

RELATÓRIO

O Instituto Alana, por meio do seu "Projeto Criança e Consumo" enviou Representação ao Ministério Público do Estado de São Paulo noticiando possível publicidade abusiva feita e promovida pela empresa Bimbo do Brasil Ltda. ao público infantil. Cabe esclarecer que o Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana tem por objetivo "divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas à publicidade dirigida às crianças, assim como apontar caminhos para minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes dessa comunicação mercadológica".

Tal publicidade abusiva teria sido caracterizada pelos seguintes eventos:

- 1) "Pic Nic Ana Maria", realizado no Parque Villa Lobos em 29/8/2015 no evento "Ana Maria – Festival Fashion Kids – Parque Villa Lobos", o qual contou com a oficina "Personalização Ana Maria", onde as crianças participantes escolheriam o sabor preferido do bolinho da marca para confeitá-lo e degustá-lo, e também ser fotografadas em um painel contendo a personagem e o logotipo da marca "Ana

Maria"; a Oficina de Confeitaria realizada no Shopping Villa Lobos entre os dias 2 e 18/10/2015, cujo cartaz promocional exibe a nova embalagem, sabor "Gotas de Chocolate" e distribuição de panetones com recheio de chocolate. As embalagens podem ser colecionadas e, recortadas, podem formar bonecos de até tres personagens;

2) a "Confeitaria da Ana Maria", evento realizado no Campinas Shopping entre os dias 14 e 31/1/2016, no qual as crianças puderam recheiar, decorar e degustar bolinhos da marca e receber como brinde um bolinho em sua embalagem;

3) a "Confeitaria da Ana Maria", realizada também no Shopping Piracicaba entre os dias 15 e 31/1/2016, no mesmo formato do que foi realizado em Campinas;

4) a Oficina de Natal Ana Maria, com a "Confeitaria da Ana Maria" realizada também no Shopping Frei Caneca, dias 5, 6, 12, 13, 19 a 24/12/2015.

Essas ações publicitárias estariam infringindo dispositivos do Estatuto da Criança e do Adolescente, do Código de Defesa do Consumidor, do Conanda-Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente.

Por sua vez, o Ministério Público Estadual instaurou Inquérito Civil e expediu ofícios à representada Bimbo do Brasil Ltda. aos Conselhos Estadual e Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente -CONDECA e CMDCA, e ao CONAR, solicitando a este a análise da publicidade em questão e as providências cabíveis.

Cabe ao Conar examinar as referidas ações à luz do CBAP-Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, artigos supracitados, em especial ao previsto no artigo 37 caput e nºs III, IV e V, bem como no Anexo H, nº 2.

DA DEFESA

O Grupo Bimbo participa de importantes projetos comunitários visando o bem-estar da sociedade e possui programa interno de Responsabilidade Social baseado no comprometimento com a saúde, com o meio ambiente, com os seus colaboradores e com a sociedade, o que demonstra a sua consciência social e o exercício saudável e ético de sua atividade.

O Grupo Bimbo é signatário do Compromisso Público relacionado à publicidade de alimentos e bebidas destinados a crianças, firmado em 2009 junto à ABIA-Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação, que trata de normas e critérios específicos relativos à publicidade para crianças abaixo de 12 anos de idade.

O evento "Pic Nic Ana Maria", direcionado a crianças menores de 12 anos, teve a intenção de oferecer somente produtos com perfil nutricional que atendessem a critérios específicos baseados em evidências científicas, o que não se insere na proibição de publicidade ao público infantil no compromisso firmado com a ABIA, que estabelece: "1. Não fazer, para crianças

abaixo de 12 anos, publicidade de alimentos ou bebidas; com exceção de produtos cujo perfil nutricional atenda a critérios específicos baseados em evidências científicas."

No evento, a decoração e a distribuição dos bolinhos Ana Maria constituíram-se nos sabores banana e cenoura, que atendem ao perfil nutricional previsto no compromisso com a ABIA.

Entretanto, por um lapso na expedição de produtos que seriam utilizados no evento, houve também produtos de outros sabores. Foi um caso excepcional e eventual, apenas no evento "Pic Nic".

Salienta que o requisito essencial para que as crianças participassem do "Pic Nic" foi a autorização expressa dos pais ou responsáveis, mediante preenchimento de papeleta.

A Defesa entende a susceptibilidade das crianças quanto à publicidade bem como a sua indubitável influência que exercem na decisão de compra da família, mas salienta que a efetiva escolha pela compra ou não de um produto cabe aos pais ou representantes legais, que têm ainda o importante papel de educar para o consumo de produtos ou serviços. Ou seja, se os pais decidirem por não comprar o produto que a criança deseja, a compra não será efetivada.

E reafirma que a decisão de levar as crianças a participar dos eventos em questão não compete às mesmas, mas aos pais.

Invoca o Artigo 22, Caput, do ECA / Lei nº 8069/1990 / que reza:

"Aos pais incumbe o dever de sustento, guarda e educação dos filhos menores, cabendo-lhes ainda, no interesse destes, a obrigação de cumprir e fazer cumprir as determinações judiciais.

Parágrafo único: A mãe e o pai, ou os responsáveis, têm direitos iguais e deveres e responsabilidades compartilhados no cuidado e na educação da criança, devendo ser resguardado o direito de transmissão familiar de suas crenças e culturas, assegurando os direitos da criança estabelecidos nesta Lei. (Incluído pela Lei nº 13.257, de 2016)"

Considera que, sendo dos pais esse dever, a estes incumbe decidir sobre o tipo de atividade que a criança pode participar, inclusive as promovidas por empresas. Portanto não se pode falar em infração ou em abuso da condição de hipossuficiência da criança por parte da empresa.

Defende ainda a não caracterização de abusividade aos previstos no artigo 37 §2 do Código de Defesa do Consumidor; da Resolução 163 do Conanda, bem como do artigo 227 da Constituição Federal, todos transcritos nos autos.

Conclui a defesa que as suas alegações são as necessárias para demonstrar não haver violação de qualquer norma vigente ou de qualquer recomendação do CBAP - Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e requer o arquivamento da Representação, conforme o artigo 27, inciso I, "a", do Regimento Interno do Conselho de Ética do Conar.

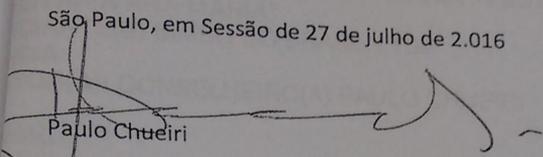
Fls. (Ofício)	Fls. (Respost)
716	715
717	716
469	501
537	529

PJJC - SDIDC

FLS. 539 

por todo o exposto, recorro ao Regimento Interno do Conselho de Ética em seu artigo 27, inciso IV, para recomendar a SUSTAÇÃO dos anúncios, evitando-se a continuidade desses procedimentos publicitários.

São Paulo, em Sessão de 27 de julho de 2.016


Paulo Chueiri

Conselheiro Relator

REPRESENTAÇÃO Nº 000105/16

REUNIÃO ORDINÁRIA
COMISSÃO

07/2016

REPRESENTAÇÃO Nº 000105/16

PREZIDENTE(S): Conselho Superior do CONAR

PREZIDENTE(S): ANÚNCIO(S) "ANA MARIA - FESTIVAL FASHION KIDS - PARQUE VILLA LOBOS e

FEITARIA ANA MARIA"

PREZIDENTE(S) BIMBO DO BRASIL LTDA

PREZIDENTE(S):

PREZIDENTE(S): CONSELHEIRO(A) PAULO CHUEIRI

PREZIDENTE(S):

REVISÃO
ARQUIVAMENTO
ADVERTÊNCIA
ALTERAÇÃO

SUSTAÇÃO DA VEICULAÇÃO
 DIVULGAÇÃO PÚBLICA
 DILIGÊNCIA

REVISÃO
UNANIMIDADE

MAIORIA DE VOTOS (4 x 1)

VENCEDOR: Conselheiro(a)

Cons. Tarciso Fukuda

Presidente:

Conselheiros:

PAULO CHUEIRI

TARCISO FUKUDA

MARCO MAFFEI

BORGIO PRANDINI

OSCAR de MATTOS JR.

Assistentes o Sr. Vice-Presidente Executivo do CONAR

seguintes

Assessores: SRA. FLAVIA ANTONANZAS e JULIANA BASTOS