

MP São Paulo - Promotoria de Justiça da Infância e Juventude-Rep066/17
At. Dra. Luciana Bérghamo
Rua Riachuelo, 115-1º andar-sls143/145-Centro
01007-000 - São Paulo - SP

PJIJC - SDIDC
FLS. 556 *dt*
CONAR
Conselho Nacional de
Autorregulamentação
Publicitária

CONSELHO DE ÉTICA

O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR, pela presente, dá ciência da decisão adotada por seu Conselho de Ética no julgamento da Representação nº 000068/17:

REPRESENTANTE: CONSELHO SUPERIOR DO CONAR

REPRESENTADO: Anúncio "(...) AGORA VOCÊ VAI CONHECER A NOSSA MÁGICA E DIVERTIDA FÁBRICA DE BOLINHOS - ANA MARIA"

REPRESENTANTE: GRUPO BIMBO LTDA

OBJETIVO:

DECISÃO: Acordaram em recomendar o **ARQUIVAMENTO** da representação.

RELATOR(A): CONSELHEIRO(A) ADRIANA PINHEIRO MACHADO

FUNDAMENTO: Artigo 27, nº I, letra "a" do Regimento Interno do CONAR - RICE.

São Paulo, 25 de Julho de 2017.

Respeitosamente,

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

ANEXOS

PJJC - SBDC

Fls. 552

CONAR

Conselho Nacional de
Autorregulamentação
Publicitária

REPRESENTAÇÃO Nº: 068/17

Denunciante: CONSELHO SUPERIOR DO CONAR – tendo em vista o ofício enviado pelo Ministério Público do Estado de São Paulo.

Denunciado: Anúncio "(...) AGORA VOCÊ VAI CONHECER A NOSSA MÁGICA E DIVERTIDA FÁBRICA DE BOLINHOS - ANA MARIA"

Anunciante: GRUPO BIMBO LTDA.

ACÓRDÃO

Vistos, etc...

Acordam, em Reunião Ordinária da Sexta Câmara do Conselho de Ética, em sessão realizada nesta data, acolhendo por unanimidade de votos a manifestação da Sra. Relatora – parte integrante desta decisão - em recomendar o **ARQUIVAMENTO** da representação, com fundamento no artigo 27, nº I, letra "a" do Regimento Interno.

Participaram do julgamento os Conselheiros Nelcina Tropardi (Presidenta), Adriana Machado (Relatora), Rafael Davini, Marco Antônio Sabino, Eliane Quintella, Lucas Câmara, Vanessa Vilar, José Francisco Queiroz, Rino Ferrari Filho e Rubens da Costa Santos.

Fez uso da palavra na oportunidade a Dra. Adma Pedro Diamanti, pelo denunciado.

São Paulo, 25 de julho de 2017.

NELCINA TROPARDI
Presidenta da 6ª Câmara

ADRIANA MACHADO
Relatora

CONAR - 6ª Câmara

Processo: 68/17

Autor: Conselho Superior do CONAR

Objeto: Anúncio "Agora você vai conhecer a nossa mágica e divertida fábrica de bolinhos - Ana Maria"

Anunciante: Grupo Bimbo Ltda

PJIJC - SDIDC

FLS. 558 dt

Relatora: Adriana Pinheiro Machado

A Representação

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.

A Ilma. Sra. Promotora de Justiça da Defesa dos Interesses Difusos e Coletivos da Infância e Juventude de São Paulo solicitou ao CONAR a análise de ação publicitária. O Vice-Presidente Executivo deste órgão, em ofício constante dos autos, delimitou a presente representação ao vídeo cuja cópia acompanhou o ofício em CD-DVD, uma vez que os demais materiais citados no ofício 1406/17 não estavam disponíveis nos endereços indicados e nem nos sites das empresas mencionadas.

A denúncia, motivada por solicitação do Instituto Alana, através de seu Projeto Criança e Consumo, é de que a peça seria irregular, ao utilizar uma linguagem lúdica para atrair a atenção das crianças e promovendo uma confusão entre o conteúdo editorial e de entretenimento, o que infringiria o disposto nos artigos 9º e 28 do Código.

O Presidente em exercício do CONAR, autor desta Representação, ressalta que "o artigo 1º do Código prevê a conformidade das mensagens com a legislação em

vigor, bem como o máximo respeito à Constituição Federal, que 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.”

A defesa

BIMBO DO BRASIL LTDA alega que a peça é um conteúdo audiovisual educativo, criado com a “intenção de estimular a criatividade das crianças, para que de forma divertida e lúdica, juntamente com sua família, possam entender como é o processo de fabricação de um Bolo Ana Maria QD+”.

Que a intenção da peça questionada é permitir “que as crianças tenham contato com o universo da fabricação de alimentos, a fim de estimulá-las e despertar seu interesse por atividades envolvendo sua alimentação, utilizando-se de imagens de produtos de perfil nutricional adequado para crianças (ex: banana e cenoura), com o alerta ao final sobre a importância de uma alimentação saudável e de praticar atividades físicas (...)”.

Que o anúncio está sendo veiculado no canal oficial da empresa, e apresentado ao consumidor com informações suficientemente claras para que este possa entender o conteúdo publicitário do Mundo Ana Maria.

Que durante toda o anúncio é possível ver a presença da marca do produto e da personagem Ana Maria, permitindo ao telespectador a clara identificação da mensagem publicitária e que o produto está ostensivamente identificado no conteúdo audiovisual publicitário.

Que, “tendo um conteúdo educativo, ainda que através de um anúncio publicitário, claramente identificável, não há porque se questionar a legalidade do anúncio que obedece às normas vigentes e em nada prejudicam as crianças, no que estas tem de vulnerável. Não bastasse isso, não se pode olvidar a atuação direta dos pais e/ou responsáveis aos quais cumpre permitir ou não o acesso e visualização do conteúdo publicitário.”

Fls.
(Resposta)

425

503

524

552

PJJC - SDIDC
FLS. 560 *dt*

E, por fim, que a peça em questão “cumpra a cultura institucional da empresa, seu programa interno de responsabilidade social, a legislação protetiva da criança e do adolescente, bem como seus compromissos assumidos internacional e nacionalmente, inexistindo qualquer abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente, atendendo fielmente o disposto no artigo 277 da Constituição Federal e demais dispositivos legais sobre o tema e legislação que trata da proteção integral e prioridade absoluta da criança.”

Requer, assim, o arquivamento da Representação.

Este é o relatório.

Parecer e voto

A publicidade infantil é tema que todos neste Conselho levamos com a seriedade que a educação e formação das nossas crianças necessitam e merecem.

O artigo 37 do CBAP estabelece com clareza os limites a serem adotados na comunicação para este público determinando, entre outras coisas, que:

“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.”

Como mencionado pelo CONSELHO SUPERIOR DO CONAR no ofício desta Representação “o artigo 1º do Código prevê a conformidade das mensagens com a legislação em vigor, bem como o máximo respeito à Constituição Federal, que 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)”.

A análise tanto das orientações do CBAP quanto do conteúdo da peça publicitária em questão indica que foram atendidas todas as exigências estabelecidas na confecção e veiculação de um conteúdo publicitário voltado ao público infantil:

- não há imperativo de consumo dirigido à criança;
- não desmerece valores sociais positivos, tais como, dentre outros, amizade, urbanidade, honestidade, justiça, generosidade e respeito a pessoas, animais e ao meio ambiente;
- não provoca deliberadamente qualquer tipo de discriminação, em particular daqueles que, por qualquer motivo, não sejam consumidores do produto;
- não associa crianças e adolescentes a situações incompatíveis com sua condição, sejam elas ilegais, perigosas ou socialmente condenáveis;
- não impõe a noção de que o consumo do produto proporcione superioridade ou, na sua falta, a inferioridade;
- não provoca situações de constrangimento aos pais ou responsáveis, ou molesta terceiros, com o propósito de impingir o consumo;
- não emprega crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo;
- não utiliza formato jornalístico, a fim de evitar que anúncio seja confundido com notícia;
- não apregoa que o produto destinado ao consumo por crianças e adolescentes contenha características peculiares que, em verdade, são encontradas em todos os similares;
- não utiliza situações de pressão psicológica ou violência que sejam capazes de infundir medo.

Em relação à conformidade da peça ao parágrafo II, o comercial também não afronta as necessidades de:

- procurar contribuir para o desenvolvimento positivo das relações entre pais e filhos, alunos e professores, e demais relacionamentos que envolvam o público-alvo;

