

Cidadãos responsáveis
e consumidores conscientes
dependem de informação.



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

O Conar é o pioneiro no país na imposição de restrições a anúncios de todos os tipos,

2.920

Total de processos
abertos pelo Conar
entre 1/9/2006 e
31/12/2014

416

Processos abertos
envolvendo publicidade
de produtos e serviços
para crianças e
adolescentes

243

Processos que
terminaram
com penalização
para o anunciante
e sua agência



Ilustrações: Negrinhos

O Conar reflete de
forma democrática,
ética e técnica os
anseios da sociedade
em questões que
envolvam o consumo
e a publicidade

Desde 1978, a publicidade brasileira promove e aplica, a partir dos princípios da autorregulamentação e por meio da ação do Conar, recomendações e parâmetros éticos para peças publicitárias de todos os tipos. Foi o Conar, antes que isso preocupasse as autoridades e a sociedade – e antes mesmo da promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente –, o pioneiro no país na imposição de restrições a anúncios de produtos e serviços de todos os tipos, inclusive aqueles destinados a crianças e adolescentes.

Em 2006, essas normas específicas, refletindo a preocupação da sociedade com o tema, passaram por uma completa revisão. Desde então, o Brasil tem uma das mais exigentes regras legais e éticas para a publicidade dirigida a menores de idade, conforme aferido por extensa pesquisa internacional.

Divulgadas as novas normas éticas, o Conar tratou de aplicá-las com zelo redobrado. Até dezembro de 2014, o Conar instaurou e julgou 416 processos éticos enquadrados na Seção 11, espaço definido no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária para tratar da publicidade de produtos e serviços destinados a crianças e adolescentes, além de outras partes do Código. Afinal, seus demais dispositivos, a começar pelo artigo 1º (“Todo anúncio deve ser respeitador e conformar-se às leis do país; deve, ainda, ser honesto e verdadeiro”), seguem perfeitamente válidos para peças destinadas ou que tangenciam o público menor de idade. Um bom exemplo é o tratamento adotado pelo Código para a publicidade de bebidas alcoólicas, cuja principal preocupação é proteger menores de idade, posto que seu consumo por eles é proibido por lei federal desde os anos 1940.

O número de representações instauradas e julgadas pelo Conar não pode ser considerado especialmente alto, em meio a cerca de 2900 processos levados ao Conselho de Ética desde 1º de setembro de 2006, data da entrada em vigor das novas normas, muito menos diante de talvez mais de 700 mil peças publicitárias veiculadas nesse período, numa projeção conservadora a partir de números do Ibope Monitor. Pelo contrário, diante de tais números emerge intocado o fato de que a publicidade brasileira é ética de nascença, sendo o respeito ao consumidor uma de suas características. Muitos acreditam ser essa a base da excepcional

qualidade que projeta a atividade até no exterior, colocando a publicidade brasileira entre as melhores, mais eficientes e premiadas do mundo.

Outra forma de comprovar esse DNA ético da publicidade é estudar os dados mais recentes disponíveis do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, Sindec, do Ministério da Justiça. Segundo esse indicador, em meio a cerca de 140 mil reclamações fundamentadas de consumidores aos Procons de todo o país em doze meses, menos de 1,5% diz respeito à publicidade. Tão baixo é esse índice que o Sindec sequer o detalha, reunindo reclamações contra peças publicitárias veiculadas àquelas, por exemplo, sobre eventuais informações distorcidas fornecidas pelos vendedores aos clientes nos pontos de venda.

As representações julgadas pelo Conar – tanto as de produtos e serviços para menores de idade quanto as demais – podem ser vistas em nosso Boletim de decisões do Conselho de Ética e no site do Conar. A coleção de decisões, além de historiar a ação da autorregulamentação publicitária a serviço da sociedade, expressa a disposição permanente do Conar em refletir da melhor maneira possível, com espírito verdadeiramente democrático, os anseios da sociedade nessa e em outras questões que envolvam o consumo e a publicidade. Expressa também a nossa disposição de defender a liberdade de expressão comercial e a relevância socioeconômica da publicidade para a sociedade contemporânea, porque o Conar acredita que cidadãos responsáveis e consumidores conscientes dependem da informação e que a falta dela prejudica-lhes a autonomia e a liberdade de escolha.

► **Em meio a cerca de 140 mil reclamações de consumidores aos Procons de todo o país em doze meses, menos de 1,5% diz respeito à publicidade**

124

Processos abertos
pelo Conar envolveram
apelo imperativo de
consumo

96

Processos terminaram
com penalização
para o anunciante
e sua agência



A publicidade brasileira é uma atividade que traz a ética em seu DNA

De quem é a responsabilidade pela educação de crianças e adolescentes? Durante muito tempo não havia outra resposta possível: a responsabilidade cabia aos pais e, complementarmente, aos professores, só a eles. Aos poderes públicos reservava-se um distante papel de tutor dos desassistidos e, eventualmente, repressor, confinando menores infratores.

Felizmente, esse entendimento geral mudou. A sociedade brasileira e mundial viu crescer nas últimas décadas a preocupação com a formação e o bem-estar de crianças e adolescentes. Nada mais justificado, nada mais louvável. O futuro encerra múltiplos e decisivos desafios para a humanidade, que só poderão ser vencidos se nossos jovens receberem educação formal e social para tanto.

Essa visão se disseminou pela sociedade e chegou a praticamente todas as atividades humanas. Numerosas empresas de todos os portes e setores abraçaram a causa da infância e da educação, enquanto milhões de pessoas passaram a desenvolver trabalhos voluntários direcionados à proteção e à formação de menores, carentes ou não.

A publicidade não poderia ficar indiferente a tal mobilização. Afinal, multiplicou-se nas últimas décadas a relevância dessa atividade, sendo ela a principal base de financiamento da extraordinária aceleração das comunicações no país. Numa hipótese otimista, cerca de 12 milhões de brasileiros recebiam o sinal de TV aberta em suas casas nos anos 1970 (segundo dados do IBGE, havia, em 1970, 4,2 milhões de domicílios com TV no Brasil, um índice de penetração de 24%). Hoje, são atingidos mais de 190 milhões de brasileiros, os domicílios com TV no país passam de 61 milhões, com um índice de penetração do meio de 97%, segundo dados do Instituto Marplan. Números igualmente generosos valem para todos os demais meios de comunicação.

Os publicitários perceberam a relevância da atividade já nos anos 1950, quando cunharam um código de conduta profissional, incorporado, em 1965, à legislação que rege a publicidade. Estava lançada a semente que veio germinar em 1978, com a publicação do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária que, por sua vez, deu origem ao Conar, Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária.

O Código e o Conar dotaram a publicidade de um instrumento prático, simples e rápido para interagir com a sociedade, respeitando-a e ouvindo-a a um só tempo, já que definiu-se ali um canal de comunicação altamente eficiente para que qualquer pessoa pudesse manifestar sua opinião e eventual desagrado com o conteúdo da mensagem publicitária. Com o Conar, um único consumidor pode alterar ou mesmo deter a maior campanha publicitária em exibição. Uma queixa, ainda que manuscrita e lavrada em termos humildes, pode confrontar um investimento de milhões de reais.

O segredo de compartilhar tanto poder com o consumidor sem paralisar e oprimir a atividade está no teor do Código Ético-Publicitário, que soube detalhar restrições sem asfixiar a natural e desejável criatividade dos profissionais do setor e, talvez, o mais importante: ter a capacidade de se renovar permanentemente. Nos últimos dez anos, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária passou por quatro reformas marcantes, envolvendo publicidade de bebidas alcoólicas; alimentos, produtos e serviços destinados a crianças e adolescentes e sustentabilidade.

Essas reformas se deram após um processo de amadurecimento e discussão de cada tema com numerosos interlocutores, inclusive autoridades e os elos do mercado publicitário. Definidas, as normas entram em vigor já em consenso com o mercado e sem nenhum ônus para o governo, em todas as suas instâncias.

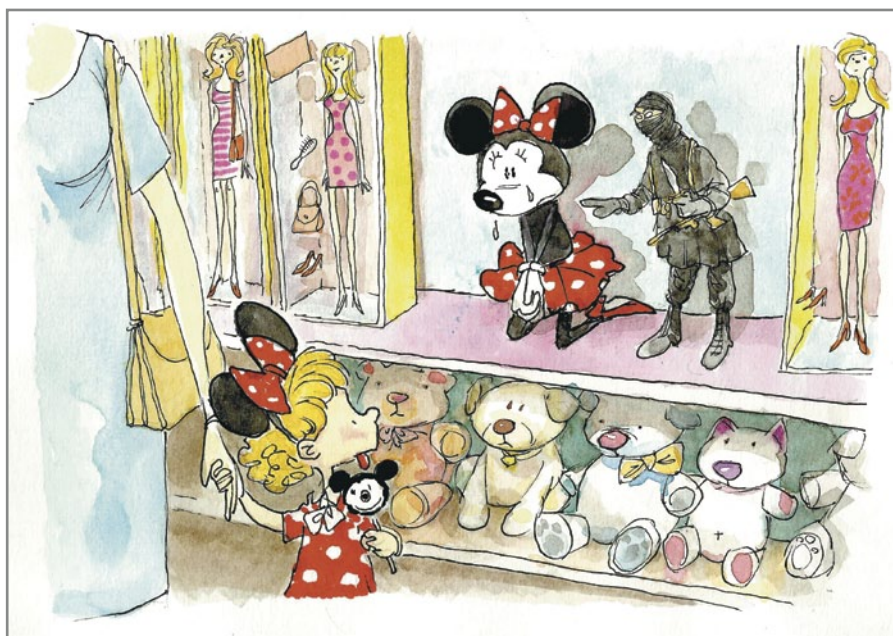
► **As reformas ao Código se dão após um processo de amadurecimento e discussão com numerosos interlocutores, inclusive autoridades e todos os elos do mercado publicitário**

38

Processos abertos
pelo Conar envolveram
consumo responsável

23

Processos terminaram
com penalização
para o anunciante
e sua agência



O sistema misto
de legislação e
autorregulamentação
provê a segurança
que convém ao
consumidor

Convicção número um do Conar: o sistema misto de legislação e autorregulamentação garante integralmente o consumidor contra eventuais abusos da publicidade. Nunca é demais lembrar que o Código de Defesa do Consumidor prevê a pena de prisão para o anunciante que levar o consumidor a engano.

Outra forte convicção do Conar: a publicidade é importante para o progresso da sociedade. Numerosos estudos comprovam a força da publicidade como motor de mercados, de qualidade de vida, de crescimento material e humano. As pessoas consomem melhor com informação. O processo de consumo começa, normalmente, nos meios de comunicação, com a oferta de novidades, vantagens, especificações, preços, descontos, parcelamentos, brindes etc., que geram facilidade, comodidade, conforto, segurança etc. Publicidade é sinônimo de concorrência, e concorrência é garantia de melhores condições para o consumidor. Sem a publicidade, a velocidade e a qualidade do consumo caem, bem como os índices de crescimento da economia.

A motivação do Conar em defesa da publicidade livre e ética apenas sublinha a necessidade absoluta de sintonia entre o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e os anseios da sociedade. E isso nos leva às normas éticas para proteger crianças e adolescentes.

Em 19 de abril de 2004 instalou-se um grupo de trabalho envolvendo as entidades fundadoras do Conar – ABA, Abap, Abert, Aner, ANJ e Central de Outdoor – com apoio técnico de associações setoriais. As demandas de autoridades, organizações, imprensa etc. foram levantadas e mediadas com as entidades representativas de indústria, comércio e prestadores de serviços voltados para crianças e adolescentes. Instâncias governamentais e não governamentais participaram das discussões, da mesma forma que representantes do Conar estiveram presentes a diversas audiências públicas, seminários e debates. Um mapeamento das experiências internacionais ajudou a definir rumos e soluções.

Assim, em setembro de 2006 entraram em vigor normas éticas que atualizaram a Seção 11 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e seu Anexo H, que trata da publicidade de alimentos e bebidas não alcoólicas. Para bebidas alcoólicas, o Conar já havia produzido novas normas

em 2003, que foram aperfeiçoadas em 2008, também visando prioritariamente a proteção do público menor de idade.

Como faz habitualmente quando de reformas do Código, o Conselho de Ética trabalhou intensamente nos meses seguintes para definir jurisprudência sobre o tema.

A experiência acumulada levou a aperfeiçoamentos na norma, que foram incorporados ao Código em março de 2013, tratando principalmente de ações de merchandising, que deixaram de ser aceitas a partir daquela data quando dirigidas ao target infantil, atendendo a uma solicitação da ABA, Associação Brasileira de Anunciantes, e reconhecendo a necessidade de ampliar-se a crianças e adolescentes, que podem enfrentar maior dificuldade para identificar manifestações publicitárias em conteúdos editoriais.

O Conselho Superior do Conar acolheu esta preocupação e incorporou ao Código a recomendação que ações de merchandising não empreguem crianças, elementos do universo infantil ou outros artifícios publicitários com a finalidade de captar a atenção desse público específico. O Código também passou a reprovar ações de merchandising de produtos e serviços destinados a crianças nos programas para público infantil, qualquer que seja o veículo utilizado. Desde então, a publicidade de produtos e serviços do segmento deve se restringir aos intervalos e espaços comerciais.

► **A publicidade é importante para o progresso da sociedade. Numerosos estudos comprovam a força da publicidade como motor de mercados, de qualidade de vida, de crescimento material e humano**

118

Processos abertos
pelo Conar envolveram
denúncia de estímulo
a comportamento
perigoso
ou deseducativo

57

Processos terminaram
com penalização
para o anunciante
e sua agência



**A solução para
a epidemia de
obesidade infantil
passa pela família,
educação –
e também pela
autorregulamentação**

Avançam as discussões sobre os impactos da epidemia de obesidade que afeta o mundo, atingindo indiscriminadamente jovens, adultos e crianças. Cada vez mais, as origens múltiplas e entrecruzadas deste gravíssimo problema são mapeadas e entendidas. Cristaliza-se a conclusão de que se trata de problema complexo com origem em múltiplos fatores. O estudo inglês Foresight Report, por exemplo, aponta mais de cem fatores que influenciam direta ou indiretamente a questão, sendo a publicidade apenas um deles.

No entanto, para muitos, anúncios de alimentos e refrigerantes tornaram-se vilões que precisam ser banidos com a maior brevidade possível e sem maiores discussões, como se essa medida fosse capaz de acabar com a obesidade. Esta tese não está prosperando. Apenas a Suécia e uma das dez províncias do Canadá – Quebec – impuseram o banimento da publicidade de produtos e serviços dirigidos a crianças e adolescentes e assim mesmo em condições limitadas. Em contrapartida, a China, depois de discutir longamente a questão, estimulou a autorregulamentação para a publicidade.

Os resultados observados em Quebec mostram que banir a publicidade não é solução. Em 2004, quase 25 anos depois de adotada a proibição da publicidade, os índices de obesidade infantil eram praticamente idênticos aos das demais províncias do Canadá, como atestado pela autoridade sanitária local. Pior: os indicadores de sobrepeso e obesidade registrados em crianças de Quebec são superiores aos observados na província da vizinha Alberta, onde a publicidade não sofreu restrições. Estudo em profundidade da experiência de Quebec, promovido pelo Journal of Marketing Research, mostrou que o banimento da publicidade teria inibido o consumo diário de menos de quatro calorias por criança – o equivalente a trinta segundos de caminhada – em relação às demais regiões do país.

Certamente influenciados pela falta de resultados da experiência de Quebec, autoridades da Europa e dos Estados Unidos vêm reafirmando o propósito de evitar legislação restritiva para a publicidade do gênero, optando por reforçar as instâncias da educação e da autoridade da família, complementados por mecanismos de autorregulamentação associados às plataformas de cooperação voluntária dos anunciantes, os chamados 'pledges', já adotados pelas

principais empresas do setor e postos em prática em vários países, inclusive no Brasil.

É essa a posição mais recente do Parlamento europeu, que rejeitou formalmente a proibição de publicidade para crianças em outubro de 2011 e de novo em abril de 2012. No âmbito do governo europeu, o comissário de Saúde e Proteção ao Consumidor declarou que restrições não são necessárias, na medida em que a indústria está comprometida com a publicidade responsável.

Nos Estados Unidos, há dois grupos trabalhando sobre o tema. O da Casa Branca, liderado pela primeira-dama Michelle Obama, vem discutindo a questão com as empresas de alimentos e mídia, buscando soluções de consenso. Já o Congresso acolheu recomendação de uma comissão formada por representantes de quatro agências governamentais – Center of Disease Control and Prevention, Federal Trade Commission, Food and Drug Administration e Department of Agriculture –, que considerou desnecessárias leis que restringissem a publicidade.

A Organização Mundial da Saúde, por sua vez, jamais emitiu diretiva propondo o banimento da publicidade de alimentos e refrigerantes ou de restrições a ela como política pública, preferindo propor recomendações gerais a serem adotadas pelos Estados-membros, frisando a necessidade de uma abordagem multidisciplinar. A posição atual da OMS é no sentido de mobilizar todos os inúmeros agentes com influência para a solução do problema.

► **Nos Estados Unidos, o Congresso acolheu recomendação de comissão formada por agências governamentais, que considerou desnecessárias leis que restringissem a publicidade**

39

Processos abertos
pelo Conar envolveram
a respeitabilidade
dos anúncios

20

Processos terminaram
com penalização para
o anunciante e sua
agência



“Parece-me de todo equivocada a ideia de proteger numa redoma menores de idade do contato com a sociedade de consumo”

da publicidade brasileira

A SOCIEDADE PRECISA DE PROTEÇÃO CONTRA A PUBLICIDADE?

Decididamente não. Se elegemos nossos representantes no Executivo e no parlamento sem a tutela do estado, da mesma forma que escolhemos nossa fé religiosa devendo respostas apenas às nossas consciências, por que não seríamos hábeis o bastante para cuidarmos das nossas relações de consumo? O supermercado é tão diferente assim da urna ou do templo? Sofremos, por acaso, alguma misteriosa e instantânea lavagem cerebral sempre que tocamos em nossas carteiras? Não acredito que assim seja.

Para quem defende o cerceamento grosseiro da publicidade, proponho o seguinte exercício: se você defende a limitação ou o banimento da publicidade, é capaz de defender também o controle do que pensam, dizem e fazem candidatos a cargos públicos e pregadores religiosos? Não creio que exista uma boa resposta a este desafio, a não ser sob regimes de força.

Isso não quer dizer, de forma alguma, que a publicidade deva prescindir de controle. A boa notícia é que o Brasil, a despeito do que dizem alguns, tem um sistema invejável e muito eficiente que combina legislação (que chega a prever a pena de prisão para quem pratica a publicidade enganosa, diga-se) e o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, em vigor há 37 anos, que se aproxima de nove mil casos julgados, sem demandar tempo e dinheiro públicos, total acatamento pelo mercado publicitário e reconhecimento pela população. Trata-se de um modelo que é referência internacional.

E AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES DO BRASIL, PRECISAM DE PROTEÇÃO EXTRA EM RELAÇÃO À PUBLICIDADE?

Não diria proteção, pois esta cabe de forma insubstituível aos pais e, na sequência, aos professores e autoridades. Diria, isso sim, que elas demandam uma atenção especial, na medida em que não têm a personalidade formada. No entanto, parece-me de todo equivocada a ideia de proteger numa redoma menores de idade do contato com a sociedade de consumo já que, adultos, terão de conviver com ela. É importante que estejam preparados.

POR QUE, ENTÃO, ALGUMAS ENTIDADES E PESSOAS FIZERAM DA LUTA CONTRA A PUBLICIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS DESTINADOS A MENORES DE IDADE A SUA RAZÃO DE SER?

Convivendo com esta questão há muitos anos, concluo que só uma motivação de natureza política pode explicar tal acirramento de ânimos. É uma conclusão triste porque se trata de questão, a meu ver, estritamente técnica, portanto passível de melhoramento contínuo. Ao nos desviarmos para uma discussão política-ideológica, podemos estar perdendo a oportunidade de aperfeiçoar algo que já funciona bem.

A “OPERAÇÃO CONANDA” PREOCUPA?

Preocupa na medida em que se vê, mais uma vez, um ente público embarcar numa polêmica inútil e desnecessária caso preceitos legais basilares fossem observados. Já vimos, infelizmente, este filme antes, tendo a Anvisa como protagonista. O Direito triunfa no final mas o enredo é triste. Fica sempre a impressão de que se gastou energia em troca de nada.

A AUTORREGULAMENTAÇÃO PODE SER CONSIDERADA UMA OBRA COMPLETA?

De forma alguma. Ela está em permanente evolução, passo a passo com a sociedade. O acúmulo de conhecimentos científicos, as inovações tecnológicas, as percepções e prioridades da sociedade e mais uma infinidade de fatores movem a ética publicitária. Em relação às normas para a publicidade de produtos e serviços destinados a crianças e adolescentes e anúncios que tangenciam este público, o que podemos dizer com tranquilidade é que o sistema misto de legislação e autorregulamentação é robusto, muito rigoroso e eficiente. Isso não nos desobriga de estar sempre atentos a oportunidades para aperfeiçoar o Código, como fizemos recentemente com as normas relativas a ações de merchandising em programação infantil. O Conar, por delegação do mercado publicitário, está sempre atento a estas necessidades de evolução e aberto às demandas e contribuições da sociedade. Só não vale defender o banimento, a não ser que você seja capaz – e tenha coragem – de fazer o mesmo em relação às eleições e à fé.

97

Processos abertos
pelo Conar
envolveram os demais
questionamentos
previstos na Seção 11
do Código

47

Processos terminaram
com penalização
para o anunciante
e sua agência



Estudo comprova que normas brasileiras para publicidade estão entre as mais rígidas do mundo

Estudo produzido no final de 2013 pela Associação Brasileira de Anunciantes, ABA, e Conar concluiu: o país dispõe de um sistema misto, somando legislação e autorregulamentação, de controle da publicidade de produtos e serviços destinados a crianças e adolescentes que se encontra entre os mais rigorosos do mundo, em níveis acima daqueles praticados, por exemplo, nos Estados Unidos e nos países da União Europeia. Outras conclusões importantes do estudo:

- O banimento dessa classe de publicidade é situação raríssima no mundo, sendo verificada em apenas uma das dez províncias do Canadá e na Suécia, e, assim mesmo, em condições limitadas.
- Os países têm evitado a imposição de legislação sobre o tema, ao mesmo tempo em que estimulam a autorregulamentação. É o que se tem visto, por exemplo, nos Estados Unidos, Reino Unido, França e Alemanha, dentre outros países europeus.

O estudo, intitulado “Publicidade e Crianças: Comparativo Global da Legislação e Autorregulamentação”, mapeou dezoito mercados relevantes: além dos já citados, Austrália, Chile, China, Espanha, Grécia, Índia, Itália, México, Noruega, Peru, Portugal e Rússia.

Não sobreviveu a tese de que a proibição da publicidade seja o caminho adotado no mundo como forma de controle, pelo contrário: nos últimos anos, os governos dos mais relevantes mercados anunciantes do mundo, aqueles onde mais se debate a questão, mudaram sua forma de pensar, tendendo a deixar de lado a pretensão de impor legislações restritivas à publicidade infantil, preferindo estimular os mecanismos de autorregulamentação como forma de controle. Os casos de banimento verificados são bastante limitados. O mais antigo está em vigor há três décadas no Quebec, uma das províncias canadenses, e vale para publicidade de produtos e serviços destinados a crianças até 13 anos de idade. Estudos comprovam resultados pífios decorrentes do banimento.

Na Suécia, o banimento vale para comerciais apenas em TV aberta, podendo ser veiculados em outros meios de comunicação, inclusive TV por assinatura. No Chile, Peru e Grécia há veto à publicidade de determinados produtos, em algumas faixas horárias. Já nos Estados Unidos, China e Índia, não há qualquer legislação a respeito, apenas estímulo à autorregulamentação. Vale lembrar que, nos Estados Unidos, o tema publicidade infantil foi objeto de discussões no começo da década. A conclusão foi que não havia necessidade de legislação sobre a matéria e que a autorregulamentação seria perfeitamente capaz de conter eventuais excessos. Na União Europeia, inexistem normas transnacionais sobre o tema e sim diretivas para que se adote um sistema misto. Inglaterra, França, Alemanha, Itália e Espanha seguem este modelo.

► **Levantamento produzido pela ABA e Conar mostra que a autorregulamentação é o caminho adotado pelos mercados mundiais mais relevantes**



Uma breve história do Conar

O Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e o Conar nasceram de uma ameaça à atividade: no final dos anos 1970, o governo federal pensava em sancionar uma lei criando uma espécie de censura prévia à propaganda. Diante dessa ameaça, uma resposta inspirada: autorregulamentação, sintetizada num Código, que teria o propósito de zelar pela liberdade de expressão comercial e defender os interesses das partes envolvidas no mercado publicitário, inclusive os do consumidor.

A ideia foi um sucesso. Num espaço de poucos meses, anunciantes, agências e veículos subordinaram seus interesses comerciais e criativos ao Código, solenemente entronizado durante o III Congresso Brasileiro de Propaganda, em 1978. Nunca mais o abandonariam.

Logo em seguida era fundado o Conar, uma ONG encarregada de fazer valer o Código. Desde então, já foram instaurados quase 9 mil processos éticos e foi promovido um sem-número de reuniões de conciliações entre associados em conflito. As decisões do Conar nunca foram desrespeitadas. Nas raras vezes em que foram questionadas na Justiça, o Conar saiu-se vitorioso.

COMO FUNCIONA O CONAR

O Conar tem sede em São Paulo, conta com cerca de vinte funcionários que trabalham em período integral e é mantido pela contribuição das cerca de 430 empresas a ele associadas.

Os preceitos que definem a ética publicitária são:

- todo anúncio deve ser honesto e verdadeiro, bem como respeitar as leis do país;
- deve ser preparado com o devido senso de responsabilidade social;
- deve ter presente a responsabilidade da cadeia de produção junto ao consumidor;
- deve respeitar o princípio da leal concorrência;
- deve respeitar a atividade publicitária.

São atendidas denúncias de consumidores, autoridades, empresas associadas ou formuladas pela própria diretoria. Feita a denúncia, o Conselho de Ética do Conar – o órgão soberano na fiscalização, julgamento e deliberação no que se relaciona à obediência e cumprimento do Código – se reúne e delibera, garantindo amplo direito de defesa ao anunciante e sua agência. Se a denúncia tiver procedência, o Conar recomenda aos veículos que seja suspensa a exibição da peça ou sugere correções. Pode ainda advertir anunciante e agência.

O Conselho de Ética está dividido em oito Câmaras, sediadas em São Paulo, Rio, Brasília, Porto Alegre e Recife, e é formado por 180 conselheiros, entre representantes da sociedade civil – pessoas que se destacaram na defesa do consumidor ou no estudo das relações de consumo – e publicitários. Todos trabalham para o Conar em regime voluntário.

O Conar não exerce em nenhuma hipótese censura prévia. Anúncios que porventura contenham infração flagrante ao Código têm sua sustação recomendada de forma liminar aos veículos de comunicação. O Conar é capaz de adotar medida liminar de sustação no intervalo de algumas horas a partir do momento em que toma conhecimento da denúncia.

O CONAR FOI FUNDADO PELAS ENTIDADES REPRESENTATIVAS DO MERCADO PUBLICITÁRIO:

- ABA - Associação Brasileira de Anunciantes
- ABAP - Associação Brasileira de Agências de Propaganda
- ABERT - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
- ANER - Associação Nacional de Editores de Revistas
- ANJ - Associação Nacional de Jornais
- CENTRAL DE OUTDOOR

ADERIRAM AO CONAR:

- ABTA - Associação Brasileira de Televisão por Assinatura
- FENECC - Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas
- IAB BRASIL - Interactive Advertising Bureau

► **O Conar é capaz de adotar medida liminar de sustação no intervalo de algumas horas a partir do momento em que toma conhecimento da denúncia**

A íntegra da Seção 11 do Código Ético-Publicitário

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:

I – Os anúncios deverão refletir cuidados especiais em relação a segurança e às boas maneiras e, ainda, abster-se de:

- a.** desmerecer valores sociais positivos, tais como, dentre outros, amizade, urbanidade, honestidade, justiça, generosidade e respeito a pessoas, animais e ao meio ambiente;
- b.** provocar deliberadamente qualquer tipo de discriminação, em particular daqueles que, por qualquer motivo, não sejam consumidores do produto;
- c.** associar crianças e adolescentes a situações incompatíveis com sua condição, sejam elas ilegais, perigosas ou socialmente condenáveis;
- d.** impor a noção de que o consumo do produto proporcione superioridade ou, na sua falta, a inferioridade;
- e.** provocar situações de constrangimento aos pais ou responsáveis, ou molestar terceiros, com o propósito de impingir o consumo;
- f.** empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo, admitida, entretanto, a participação deles nas

demonstrações pertinentes de serviço ou produto;

- g.** utilizar formato jornalístico, a fim de evitar que anúncio seja confundido com notícia;
- h.** apregoar que produto destinado ao consumo por crianças e adolescentes contenha características peculiares que, em verdade, são encontradas em todos os similares;
- i.** utilizar situações de pressão psicológica ou violência que sejam capazes de infundir medo.

II - Quando os produtos forem destinados ao consumo por crianças e adolescentes seus anúncios deverão:

- a.** procurar contribuir para o desenvolvimento positivo das relações entre pais e filhos, alunos e professores, e demais relacionamentos que envolvam o público-alvo;
- b.** respeitar a dignidade, ingenuidade, credulidade, inexperiência e o sentimento de lealdade do público-alvo;
- c.** dar atenção especial às características psicológicas do público-alvo, presumida sua menor capacidade de discernimento;
- d.** obedecer a cuidados tais que evitem eventuais distorções psicológicas nos modelos publicitários e no público-alvo;
- e.** abster-se de estimular comportamentos socialmente condenáveis.

III - Este Código condena a ação de merchandising ou publicidade indireta contratada que empregue crianças, elementos do universo infantil ou outros artifícios com a deliberada finalidade de captar a atenção desse público específico, qualquer que seja o veículo utilizado.

IV - Nos conteúdos segmentados, criados, produzidos ou programados especificamente para o público infantil, qualquer que seja o veículo utilizado, a publicidade de produtos e serviços destinados exclusivamente a esse público estará restrita aos intervalos e espaços comerciais.

V - Para a avaliação da conformidade das ações de merchandising ou publicidade indireta contratada ao disposto nesta Seção, levar-se-á em consideração que:

- a.** o público-alvo a que elas são dirigidas seja adulto;
- b.** o produto ou serviço não seja anunciado objetivando seu consumo por crianças;
- c.** a linguagem, imagens, sons e outros artifícios nelas presentes sejam destituídos da finalidade de despertar a curiosidade ou a atenção das crianças.

Parágrafo 1º

Crianças e adolescentes não deverão figurar como modelos publicitários em anúncio que promova o consumo de quaisquer bens e serviços incompatíveis com sua condição, tais como armas de fogo, bebidas alcoólicas, cigarros, fogos de

artifício e loterias, e todos os demais igualmente afetados por restrição legal.

Parágrafo 2º

O planejamento de mídia dos anúncios de produtos de que trata o inciso II levará em conta que crianças e adolescentes têm sua atenção especialmente despertada para eles. Assim, tais anúncios refletirão as restrições técnica e eticamente recomendáveis, e adotar-se-á a interpretação mais restritiva para todas as normas aqui dispostas.

Nota: Nesta Seção adotaram-se os parâmetros definidos no art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90): "Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade."

► **Conheça a íntegra
do Código Brasileiro
de Autorregulamentação
Publicitária no site
do Conar**

As campanhas processadas

► **Veja nesta e nas páginas seguintes, a relação completa de processos abertos pelo Conar entre 1º de setembro de 2006 e 31 de dezembro de 2014, envolvendo campanhas e peças publicitárias que, de alguma maneira, envolvem publicidade voltada a ou que tangenciam crianças e adolescentes. Para uma descrição detalhada de cada um desses processos, visite o site do Conar: www.conar.org.br**

USO ANTIÉTICO DAS FERRAMENTAS PUBLICITÁRIAS

Apelo imperativo de consumo

“A hora mais divertida do dia tem sempre Ana Maria”

Representação nº 433/08, julgada em fevereiro de 2009
Anunciante: Grupo Bimbo

“Ades Nutrikids”

Representação nº 266/09, em recurso extraordinário, julgada em junho de 2010
Anunciante: Unilever Brasil

“Beach Park”

Representação nº 006/10, julgada em março de 2010
Anunciante e agência: Beach Park Hotéis e Turismo e Verve Comunicação

“Betakids”

Representação nº 14/08, julgada em março de 2008
Anunciante: Laticínios Betânia

“Big Quiz Chaves”

Representação nº 052/09, julgada em março de 2009
Anunciante: SBT

“Biotônico Fontoura – Mamãe, eu quero Biotônico”

Representação nº 233/06, julgada em novembro de 2006
Anunciante: DM Indústria Farmacêutica

“Bob's – Trikids”

Representação nº 345/08, julgada em março de 2009
Anunciante: Bob's

“Boneco Titanium – Brincando com você”

Representação nº 212/07, em recurso ordinário, julgada em novembro de 2007
Anunciante: Vipeplas Brinquedos

“Brinca Mundi Parque Infantil”

Representação nº 025/10, julgada em março de 2010
Anunciante e agência: MF Silva e Comunix Comunicação

“Brindes do Batman no Habib´s”

Representação 200/12, julgada em setembro de 2012

Anunciante: Habib´s

“Brinquedos Rosita – Piratas do Caribe”

Representação nº 173/07, julgada em setembro de 2007

Anunciante e agência: Brinquedos Rosita e Frevo Filmes

“Cacau Show – Chocobichos”

Representação nº 244/11, julgada em fevereiro de 2012

Anunciante e agência: Cacau Show e In Rio

“Calesita”

Representação nº 006/09, julgada em abril de 2009

Anunciante: Calesita Indústria de Brinquedos

“Candide Helicóptero Hoje-18”

Representação 028/13, julgada em abril de 2013

Anunciante: Candide

“Candide Indústria e Comércio – Battle Machines”

Representação nº 002/10, julgada em maio de 2010

Anunciante: Candide Indústria e Comércio

“Casa & Vídeo – Vem brincar com a gente”

Representação nº 289/09, julgada em novembro de 2009

Anunciante: Lojas Casa & Vídeo

“Casas Pernambucanas – Hoje eu quero a loja inteira”

Representação nº 109/09, julgada em julho de 2009

Anunciante e agência: Casas Pernambucanas e Lew'Lara

“Chocolate Baton Garoto – Acampamento”

Representação nº 206/06, julgada em outubro de 2006

Anunciante e agência: Chocolates Garoto e W/Brasil

“Colecione Playmobil”

Representação nº 350/08, julgada em março de 2009

Anunciante: Sunny Brinquedos

“Como eu posso viver sem Speedy em casa?”

Representação 054/12, julgada em junho de 2012

Anunciante: Telefônica

“Danone – Era do Gelo 4”

Representação 229/12, julgada em dezembro de 2012 e em março de 2013

Anunciante: Danone

“Danoninho Ice”

Representação nº 290/09, julgada em março de 2010

Anunciante e agência: Danone e Young & Rubicam

“Delazari Entretenimentos – Cia do Lazer”

Representação nº 069/10, julgada em maio de 2010

Anunciante: Delazari Entretenimentos

“Delícia – É mais que bom”

Representação nº 267/07, julgada em dezembro de 2007

Anunciante e agência: Bunge Brasil e Lew'Lara Propaganda

“Depois de tomar Mini Schin, a brincadeira continua. Junte as garrafinhas e jogue boliche com os amigos”

Representação nº 332/09, julgada em maio de 2010

Anunciante e agência: Primo Schincariol e Lew Lara

“Dia das Crianças C&A”

Representação nº 252/09, julgada em novembro de 2009

Anunciante: C&A Modas

“Dia das Crianças Riachuelo 2011”

Representação nº 219/11, julgada em outubro de 2011

Anunciante: Lojas Riachuelo

“Dia das Crianças Riachuelo 2014”

Representação 247/14, julgada em novembro de 2014

Anunciante: Lojas Riachuelo

“Dia das Crianças Riachuelo”

Representação nº 298/10, julgada em março de 2011

Anunciante: Lojas Riachuelo

“Dia dos Fuzarkas Renner”

Representação nº 278/09, julgada em dezembro de 2009

Anunciante: Lojas Renner

“Dia dos Fuzarkas Renner”

Representação nº 295/10, em recurso ordinário,
ulgada em maio de 2011
Anunciante: Lojas Renner

“Dia dos Pais Esplanada Shopping”

Representação nº 298/08, julgada em dezembro de 2008
Anunciante e agência: Associação dos Lojistas do
Esplanada Shopping Center e CA Comunicação

“Dolly Guaraná”

Representação nº 343/09, julgada em outubro de 2010
Anunciante: Dettal Part Participações, Importação,
Exportação e Comércio

“Dr. Oetker – Promoção Zoobremesas”

Representação nº 402/08, julgada em maio de 2009
Anunciante: Dr. Oetker Brasil

“DTC Trading Company – Amigos fedorentos”

Representação nº 133/10, julgada em julho de 2010
Anunciante: DTC Trading Company

“Esposende. Sapato + presente, emoção em dobro”

Representação nº 381/08, julgada em dezembro de 2008
Anunciante: Esposende Calçados

“Estrela – Flower Surprise”

Representação nº 241/11, julgada em março de 2012
Anunciante: Manufatura de Brinquedos Estrela

“Estrela – Promoção Comprou, ganhou”

Representação nº 196/09, julgada em setembro de 2009
Anunciante: Manufatura de Brinquedos Estrela

“Estrelitas”

Representação nº 140/09, em recurso ordinário,
julgada em novembro de 2009
Anunciante: Nestlé

“Eu quero um quarto com a minha cara”

Representação nº 035/08, em recurso ordinário,
julgada em agosto de 2008
Anunciante: Editora Escala

**“Experimente Mabelokos. O biscoito sem gordura trans
mais gostoso do planeta”**

Representação nº 300/08, julgada em setembro de 2008
Anunciante: Cipa

“Extraordinário mundo Joy”

Representação nº 025/12, julgada em abril de 2012
Anunciante: Grupo Morena Rosa – Joy

“Fazenda do Shopping Cidade”

Representação nº 241/08, julgada em setembro de 2008
Anunciante e agência: Cityshop e Elétrica

“Férias Turma da Mônica no Playcenter”

Representação nº 163/11, julgada em setembro de 2011
Anunciante: Playcenter

“Ferrero do Brasil – Nutella Shrek”

Representação nº 195/10, julgada em setembro de 2010
Anunciante: Ferrero do Brasil

“Festival de games Pernambucanas”

Representação 283/13, julgada em março de 2014
Anunciante e agência: Pernambucanas e JWT

“Filhotes Mania – DTC”

Representação nº 099/10, julgada em maio de 2010
Anunciante: DTC Trading

“Filme de Páscoa Marsil 2014”

Representação 099/14, julgada em junho de 2014
Anunciante: Marsil

“Giraffas – Gira pintura”

Representação nº 240/11, julgada em maio de 2012
Anunciante: Lanchonetes Giraffas

“Glossy Girls by Vulteen”

Representação nº 334/09, julgada em maio de 2010
Anunciante: Vult Comércio de Cosméticos

“Grendene – Nova Sandália da Barbie”

Representação nº 340/09, julgada em março de 2010
Anunciante: Grendene Sobral

“Grow Jogos e Brinquedos – Quero Super Trunfo”

Representação nº 131/10, em recurso ordinário,
julgada em setembro de 2010
Anunciante: Grow Jogos e Brinquedos

“Hasbro – Furreal Friends”

Representação nº 003/10, julgada em março de 2010
Anunciante: Hasbro Brasil

“Hasbro Brasil – Simon Trickster”

Representação nº 284/09, julgada em maio de 2010
Anunciante: Hasbro

“Havaianas – Princesa”

Representação nº 304/11, julgada em março de 2012
Anunciante e agência: São Paulo Alpargatas e AlmapBBDO

“Homeplay brincando com você”

Representação nº 010/08, julgada em março de 2008
Anunciante: Vipeplas Brinquedos e Utilidades

“Hopi Hari – Alice no País das Maravilhas”

Representação nº 005/10, julgada em março de 2010
Anunciante e agência: Hopi Hari e NBS

“Horton e o Mundo dos Quem! Peça já o seu...”

Representação nº 368/08, julgada em novembro de 2008
Anunciante: Fox Film

“Hot Wheels – Hot Cards”

Representação nº 360/08, em recurso ordinário,
julgada em maio de 2009
Anunciante: Mattel do Brasil

“Instrumentos musicais da Xuxa – Candide”

Representação nº 268/09, julgada em novembro de 2009
Anunciante: Candide Indústria e Comércio

“International Shopping”

Representação nº 342/09, julgada em maio de 2010
Anunciante: Internacional Guarulhos Shopping Center

“Kamen Rider Dragon Knight – Long Jump”

Representação nº 317/09, em recurso ordinário,
julgada em maio de 2010
Anunciante e agência: Long Jump e Frevo

“Kidy + brinquedo = presentão de Dia das Crianças”

Representação nº 366/08, julgada em dezembro de 2008
Anunciante: Kidy Birigui

“Kidy. 100% saúde”

Representação nº 303/08, julgada em novembro de 2008
Anunciante: Kidy Birigui Calçados

“Klin”

Representação nº 201/09, julgada em novembro de 2009
Anunciante: Klin Produtos Infantis

“Leve a turminha para sua festa”

Representação nº 301/08, julgada em novembro de 2008
Anunciante e agência: Cromus Embalagens e Mauricio de Sousa Produções

“Lilica Repilica – Promoção Roda Roleta”

Representação 270/12, julgada em novembro de 2012
Anunciante: Marisol

“Mais diversão na hora do lanche”

Representação nº 236/10, em recurso ordinário,
julgada em março de 2011
Anunciantes: Porcelana Panger e Mauricio de Sousa Produções

“Mattel Castelo Barbie”

Representação 278/12, julgada em dezembro de 2012
Anunciante: Mattel

“Mattel Hot Wheels”

Representação 277/12, julgada em novembro de 2012
Anunciante: Mattel

“Mattel – Mega Feirinha Hot”

Representação nº 026/09, julgada em março de 2009
Anunciante: Mattel do Brasil

“Mc Lanche Feliz – Avatar”

Representação nº 337/09, julgada em junho de 2010
Anunciante e agência: McDonald’s e Taterka

“Miliium – Natal 2012”

Representação nº 004/12, julgada em abril de 2012
Anunciante e agência: Comercial de Ferragens Miliium e Onewg Multicomunicação

“Mini Chef Sorveteira”

Representação nº 251/11, julgada em março de 2012
Anunciante: Long Jump

“Mochila Hot Wheels”

Representação nº 035/09, julgada em julho de 2009
Anunciante: Sestini Mercantil

“Mundo da criança Colgate-Palmolive” e “Palmolive Fashion Girl”

Representação 088/13, julgada em abril de 2013
Anunciante: Colgate-Palmolive

“Mundo Irado Pernambucanas”

Representação nº 229/11, julgada em novembro de 2011
Anunciante e agência: Casas Pernambucanas e J. Walter Thompson

“Natal divertido Backyardigans no Raposo Shopping”

Representação nº 308/11, julgada em março de 2012
Anunciante e agência: Raposo Shopping e Confraria Visuale

“Natal do Shopping Metrô Tatuapé”

Representação nº 436/08, julgada em julho de 2009
Anunciante: Shopping Metrô Tatuapé

“Nestlé – Galera animal”

Representação nº 358/10, julgada em maio de 2011
Anunciante e agência: Nestlé e W/McCann

“Nickelodeon Brasil – Atenção galera” e “Nickelodeon Brasil – envie a palavra Bob”

Representações nº 029/09 e 030/09,
julgadas em março de 2009
Anunciante: Nickelodeon Brasil

“Novo Polenguinho Super – Com sabor de diversão”

Representação nº 204/06, julgada em outubro de 2006
Anunciante e agência: Grupo Polenghi e Família Publicidade

“Novos Bolinhos Bauducco”

Representação nº 242/11, em recurso ordinário,
julgada em maio de 2012
Anunciante e agência: Pandurata e AlmapBBDO

“O mundo da Xuxa”

Representação nº 297/08, julgada em setembro de 2008
Anunciante: Xuxa Promoções e Produções Artísticas

“Papatenis do Guga”

Representação nº 260/09, julgada em dezembro de 2009
Anunciante: Grendene Sobral

“Pepsico – Invasão Angry Birds”

Representação 339/12, em recurso ordinário,
julgada em março e julho de 2013
Anunciante: Pepsico

“Princesas – Grendene”

Representação nº 254/09, julgada em dezembro de 2009
Anunciante: Grendene Sobral

“Promoção Amigo Genial Chamytó”

Representação nº 141/09, julgada em julho de 2009
Anunciante: Nestlé

“Promoção Bubbalo Futebol Clube”

Representação nº 161/10, julgada em setembro de 2010
Anunciante e agência: Cadbury Brasil e W/McCann

“Promoção Mickey Mania”

Representação nº 372/08, julgada em setembro de 2009
Anunciante: The Walt Disney Company (Brasil)

“Queremos Tip-Top”

Representação nº 319/11, julgada em maio de 2012
Anunciante: TDB Textil David Bobrow

“Rádio e Televisão Bandeirantes – Envie Kids para 48069”

Representação nº 117/10, julgada em setembro de 2010
Anunciante: Rádio e Televisão Bandeirantes

“Reino dos Dragões” e “Nitsu´s Batalha Interdimensional”

Representação 211/12, em recurso extraordinário, julgada em agosto de 2013
Anunciante: Editora Abril

“Ri Happy – Orgulho de brincar”

Representação nº 145/10, julgada em setembro de 2010
Anunciante: Ri Happy Brinquedos

“Ri Happy – Relógio do Solzinho”

Representação nº 305/11, julgada em março de 2012
Anunciante: Ri Happy

“Rubik´s é a nova sensação do momento”

Representação nº 050/08, julgada em julho de 2008
Anunciante: Bungee Brasil

“Sandália Hello Kitty – Grendene”

Representação nº 253/09, julgada em dezembro de 2009
Anunciante: Grendene Sobral

“Sandália Moranguinho”

Representação nº 330/07, julgada em abril de 2008
Autor: Grupo de consumidores (Instituto Alana)

“Sapo Xulé”

Representação nº 037/09, julgada em março de 2009
Anunciante: Total Spin Brasil Serviços de Telecomunicações

“SBT – Rebeka – Carrossel animado”

Representação nº 288/09, julgada em maio de 2010
Anunciante: SBT

“Shopping Metrô Tatuapé e Turner – ... E não perca a promoção mochilas Cartoon...”

Representação nº 434/08, julgada em março de 2009
Anunciantes: Shopping Metrô Tatuapé e Turner International

“Sorvete Mágico – By Kids Conthey”

Representação nº 279/09, julgada em dezembro de 2009
Anunciante: Conthey

“Spuleta – Biscoito tão gostoso quanto uma boa aventura”

Representação nº 255/09, julgada em maio de 2010
Anunciante: Dunga Produtos Alimentícios

“Star Desenhos Animados – O grilo feliz”

Representação nº 027/09, julgada em março de 2009
Anunciante: Start Desenhos Animados

“Sunny Brinquedos – Neopets”

Representação nº 007/09, julgada em maio de 2009
Anunciante: Sunny Brinquedos

“Super Trunfo – Eu quero todos”

Representação nº 301/10, julgada em maio de 2011
Anunciante: Grow

“Sustagem Kids - Macarrão”

Representação 175/12, julgada em novembro de 2012
Anunciante: Mead Johnson

“Tem coisas que você vai ter só quando for adulto...”

Representação nº 200/11, julgada em setembro de 2011
Anunciante e agência: Estrela e DM9DDB

“Tem Mega-Gogo's no Giraffas”

Representação nº 098/10, julgada em maio de 2010
Anunciante: Giraffas

“Tênis Kidy – Quero Kidy”

Representação 240/14, julgada em novembro de 2014
Anunciante: Kidy Birigui Calçados

“Tim, Nokia e McCann-Erickson – Nokia High School Music”

Representação nº 028/09, julgada em março de 2009
Anunciante e agência: Tim Celular e McCann-Erickson

“Total Spin Brasil – Baby Tunes”

Representação nº 046/09, julgada em março de 2009
Anunciante: Total Spin Brasil Serviços de Telecomunicações

“Trick Nick, roupa como criança imagina”

Representação nº 285/09, julgada em dezembro de 2009

Anunciante: Rovitex

“Turner International – Enviando Alien – CN”

Representação nº 231/09, julgada em junho de 2010

Anunciante: Turner International (Cartoon Network)

“Turner International – Mande Mac ou Blu – CN”

Representação nº 232/09, julgada em março de 2010

Anunciante: Turner International (Cartoon Network)

“União de Lojas Leader – Fantástico mundo da criança”

Representação nº 281/09, julgada em novembro de 2009

Anunciante: União de Lojas Leader

“Universal Music – CD A Casa Amarela”

Representação nº 374/08, julgada em abril de 2009

Anunciante e agência: Universal Music e Complô Produções

“UOL – A gente já tem idade suficiente pra entender tudo sobre diversão”

Representação 109/14, julgada em julho de 2014

Anunciantes e agência: UOL, Click Jogos e Africa

“Vaidosa – Cotiplás Brinquedos”

Representação nº 259/09, julgada em março de 2010

Anunciante: Cotiplás

“Vídeo Game WI Vision”

Representação nº 066/08, julgada em maio de 2008

Anunciante: Eletrolog

“Vigor Grego Kids”

Representação 012/14, em recurso ordinário,

julgada em julho de 2014

Anunciante: Vigor

“Volta às aulas com seus ídolos Le Postiche”

Representação nº 034/10, julgada em julho de 2010

Anunciante e agência: Le Postiche Indústria e Comércio e Fabra Quinteiro TSM

“Wet’n Wild – Cliente Itaucard com 50% de desconto”

Representação 030/13, julgada em março de 2013

Anunciante e agência: Serra Azul Water Park e Plano A

Merchandising

“A Saraiva tem diversão que não acaba mais”

Representação 173C/12, julgada em setembro de 2012

Anunciantes: Saraiva e Siciliano

“A Terra está em perigo”

Representação 173A/12, julgada em setembro de 2012

Anunciante: Editora Abril

“Ação, aventura e muita confusão – Cartoon Network”

Representação 173G/12, julgada em setembro de 2012

Anunciante: Turner International

“Ades – A Era do Gelo 4”

Representação 173B/12, julgada em setembro de 2012

Anunciante e agência: Unilever Brasil e Ogilvy&Mather

“Ades – A Era do Gelo 4 – Jogo da Memória”

Representação 173D/12, julgada em setembro de 2012

Anunciante e agência: Unilever Brasil e Ogilvy&Mather

“Carrossel – Giraffas”

Representação 269/12, julgada em novembro de 2012

Anunciantes: Giraffas e SBT

“Danone – Milnutri”

Representação 320/13, julgada em março de 2014

Anunciante: Danone

“Danoninho”

Representação nº 337/08, em recurso ordinário,

julgada em dezembro de 2008

Anunciante: Danone

“Filme Madagascar 3”

Representação 173F/12, julgada em setembro de 2012

Anunciante: Editora Abril

“Mc Donald’s – Naruto”

Representação nº 097/10, julgada em junho de 2010

Anunciante: McDonald’s

“Merchandising Selvagem – Programa Pânico na TV”

Representação nº 134/10, julgada em setembro de 2010

Anunciante: Ind. e Com. de Bebidas Rodrigues e Silva

“Novela Carrossel – Cacau Show”

Representação 210/12, julgada em setembro de 2012

Anunciantes: Cacau Show e SBT

“Novela Carrossel – Chamyto 1 e 2”

Representação 312/12, julgada em dezembro de 2012

Anunciantes: Nestlé e SBT

“Papinhas Nestlé”

Representação nº 409/08, julgada em março de 2009

Anunciante: Nestlé

“Para chorar de rir – Globo”

Representação 173E/12, julgada em setembro de 2012

Anunciante: Globosat

“Pepsico e Turner International – Toddynho”

Representação nº 431/08, julgada em março de 2009

Anunciantes: Pepsico e Turner International

“Programa da Tarde – Fábrica da Fini”

Representação 159/12, julgada em outubro de 2013

Anunciantes: Fini e TV Record

“Revista Recreio”

Representação 173/12, julgada em setembro de 2012

Anunciante: Editora Abril

“Skol”

Representação nº 036/09, em recurso ordinário,
julgada em maio de 2009

Anunciante: MTV Brasil e AmBev

CONSUMO RESPONSÁVEL E HÁBITOS SAUDÁVEIS

“Activia – Criança pode”

Representação nº 144/11, julgada em julho de 2011

Anunciante e agência: Danone e Young&Rubicam

“Apaixonados por Danone”

Representação 278/13, julgada em novembro de 2013

Anunciante: Danone

“Brahma – Feliz 2013, quase 2014”

Representação 002/13, julgada em março de 2013

Anunciante e agência: Ambev e Africa

“Café Pilão”

Representação nº 189/10, julgada em setembro de 2010

Anunciante e agência: Sara Lee Cafés do Brasil e

AlmapBBDO

“Candide – Xuxa”

Representação nº 327/07, julgada em março de 2008

Anunciante: Candide Indústrias

“Cidade do Dollynho”

Representação 178/12, julgada em setembro de 2012

Anunciante: Dettal

“Claro - Sofanáticos”

Representação 256/14, julgada em novembro de 2014

Anunciante e agência: Claro e F/Nazca S&S

“Concurso Garota Shekinah”

Representação 301/12, julgada em abril de 2013

Anunciante: Shekinah

“Danoninho – Opinião do pediatra”

Representação nº 236/07, em recurso ordinário,
julgadas em setembro 2007 e fevereiro de 2008

Anunciante e agência: Danone e Young & Rubicam

“Dia das Crianças 3x melhor – C&A”

Representação nº 010/11, julgada em julho de 2011

Anunciante: C&A Modas

“Dolly Verão 2011”

Representação nº 040/11, julgada em maio de 2011

Anunciante: Dettal

“Enviando desafio – CN Celular”

Representação nº 206/09, julgada em novembro de 2009

Anunciante: Turner International do Brasil (Cartoon Network)

“Enviando mix para 77888 – CN”

Representação nº 233/09, julgada em novembro de 2009

Anunciante: Turner International do Brasil (Cartoon Network)

“Essa é uma mãe que tentou muito amamentar...”

Representação 197/12, julgada em novembro de 2012

Anunciante: Editora Manchete

“Hot Wheels – Desafio”

Representação nº 118/11, julgada em setembro de 2011

Anunciante e agência: Mattel e Age

“Intek – Caixa registradora da Barbie”

Representação 237/14, julgada em dezembro de 2014

Anunciante e agência: Intek Brinquedos e Frevo

“Kellogg – Sucrilhos prepare-se para ser fera”

Representação nº 156/09, julgada em setembro de 2009

Anunciante: Kellogg do Brasil

“Kyly – Vai querer o quê?”

Representação nº 257/06, julgada em dezembro de 2006

Anunciante e agência: Malhas Kyly e Rái Assessoria e Comunicação

“Look do Dia Skol”

Representação 280/12, julgada em dezembro de 2012

Anunciantes: Ambev e Blog Lalá Noleto

“Mande Toon para 49218”

Representação nº 234/09, julgada em novembro de 2009

Anunciante: Turner International (Cartoon Network)

“Mate o tédio. Mate uma Ruffles”

Representação 114/13, julgada em novembro de 2013

Anunciante e agência: Pepsico e AlmapBBDO

“Ministério da Agricultura – O incrível café”

Representação nº 372/10, em recurso ordinário,

julgada em outubro de 2011

Anunciante e agência: Ministério da Agricultura e SLA Propaganda

“Mordomia”

Representação 119/12, julgada em julho de 2012

Anunciante e agência: Condomínio Pátio Savassi e On Comunicação

“Nescau Nutri Júnior”

Representação nº 299/08, julgada em julho de 2009

Anunciante: Nestlé

“Ohmybeer”

Representação 316/12, julgada em março de 2013

Anunciante: Oh My Beer

“PB Kids – Natal”

Representação nº 318/11, julgada em maio de 2012

Anunciante: PBK Kids Brinquedos

“Playphone – Envie”

Representação nº 203/09, julgada em novembro de 2009

Anunciante: Playphone

“Primo Schincariol – Toda família tem: um moleque muito folgado”

Representação nº 408/08, em recurso ordinário,

julgada em agosto de 2009

Anunciante: Schincariol

“Promoção é hora de Shrek”

Representação nº 205/07, em recurso extraordinário,

julgada em junho de 2008

Anunciante: Pandurata Alimentos

“Quantos dez tomates têm no Ketchup Hellmanns”

Representação 080/12, julgada em julho de 2012

Anunciante e agência: Unilever Brasil e Ogilvy Brasil

“Salgadinhos Cheetos”

Representação nº 250/11, julgada em novembro de 2011
Anunciante: Pepsico do Brasil

“Sanchez Cano Ltda – Balas Fini”

Representação nº 196/10, julgada em setembro de 2010
Anunciante: Sánchez Cano (Balas Fini)

“Skol – Vem aí a Páscoa Redonda” e “Ovo Redondo”

Representação 073/12, julgada em junho de 2012
Anunciante e agência: Ambev e F/Nazca S&S

“Sorvete Skol”

Representação 338/12, julgada em março de 2013
Anunciante: Ambev

“Sustagen Kids – Fortalece a saúde de seu filho”

Representação nº 259/07, julgada em novembro de 2007
Anunciante e agência: Bristol Myers Squibb e F/Nazca

“Tilibra – Na lábia”

Representação nº 136/07, julgada em julho de 2007
Anunciante e agência: Tilibra e Talent

“Turner International do Brasil (Cartoon Network) – Envie nojo para 77888 – CN”

Representação nº 230/09, julgada em dezembro de 2009
Anunciante: Turner International (Cartoon Network)

“VR Medical Importadora e Distribuidora de Produtos Médicos – Pointts – Sistema de eliminação de verrugas”

Representação nº 120/10, julgada em setembro de 2010
Anunciantes: VR Medical Importadora e Distribuidora de Produtos Médicos (Pointts)

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Comportamento perigoso

“Bob’s Heróis”

Representação 321/13, julgada em março de 2014
Anunciante e agência: Bob’s e PPR

“Brinque com fogo. Burn Energy Drink”

Representação nº 347/10, julgada em maio de 2011
Anunciante: Recofarma

“Burger King – A gente faz do seu jeito”

Representação nº 346/08, julgada em abril de 2009
Anunciante: Burger King

“Cartoon Network – Meninas Super Poderosas”

Representação nº 088/09, julgada em maio de 2009
Anunciante: Turner International

“Chegou Blopens”

Representação nº 009/08, julgada em maio de 2008
Anunciante: Grow Jogos e Brinquedos

“Claro – A vida na sua mão”

Representação nº 057/08, em recurso ordinário, julgada em setembro de 2008
Anunciante e agência: Claro e AlmapBBDO

“Claro – V3 Black”

Representação nº 194/06, julgada em novembro de 2006
Anunciante e agência: Claro Empresas e F/Nazca S&S

“Criança Segura Safe Kids Brasil”

Representação 258/13, julgada em novembro de 2013
Anunciante: Criança Segura Safe Kids Brasil

“Dia dos Fuzarkas Renner”

Representação nº 349/08, em recurso ordinário, julgada em fevereiro de 2009
Anunciante: Lojas Renner

“Diesel – Live Fast (Bebê)”

Representação nº 274/08, em recurso ordinário, julgada em setembro de 2010
Anunciante: Diesel

“Fnac Kids”

Representação nº 245/11, julgada em novembro de 2011
Anunciante: Fnac Brasil

“Freegells Love Cats”

Representação nº 176/07, julgada em novembro de 2007
Anunciante: Riclan

“Garagem S/A – É de arrepiar”

Representação nº 279/10, julgada em setembro de 2011
Anunciante: Candide

“Gelol – É com os tombos que a gente aprende...”

Representação 091/13, julgada em julho de 2013
Anunciante: Hypermecas

“Glade – Pedrinho”

Representação nº 122/07, em recurso ordinário,
julgada em julho e agosto de 2007
Anunciante e agência: Ceras Johnson e Giovanni FCB

“Grendene – Óculos e papete do Homem-Aranha”

Representação nº 256/06, em recurso ordinário,
julgada em março de 2007
Anunciante e agência: Grendene Sobral e W/Brasil

“Hot Wheels”

Representação Nº 275/08, julgada em setembro de 2008
Anunciante: Mattel do Brasil

“Itaú – Vamos jogar bola”

Representação 116/12, julgada em setembro de 2012
Anunciante e agência: Banco Itaú e Africa

“Justiça Eleitoral – Abelha”

Representação nº 320/08, julgada em novembro de 2008
Anunciante e Agência: Tribunal Superior Eleitoral e W/Brasil

“Kimberly-Clark – Huggies Little Swimmers”

Representação 356/12, julgada em março de 2013
Anunciante e agência: Kimberly-Clark Brasil e
Ogilvy&Mather Brasil

“Longe – Panettone Bauducco”

Representação nº 309/11, julgada em maio de 2012
Anunciante e agência: Pandurata Alimentos e AlmapBBDO

“Mês das tintas Telha Norte”

Representação nº 136/10, julgada em novembro de 2010
Anunciante e agência: Telha Norte e DM9DDB

“Motorola U6”

Representação nº 062/07, julgada em maio de 2007
Anunciante e agência: Motorola e Ogilvy Brasil

“Nescau – Qual é o seu limite?”

Representação nº 104/11, julgada em julho de 2011
Anunciante: Nestlé

“Nova bala mastigável Halls”

Representação nº 294/06, julgada em março de 2007
Anunciante e agência: Cadbury Adams Brasil e J. Walter
Thompson

“Novo Uno – Bebê”

Representação nº 177/10, em recurso ordinário,
julgada em maio de 2011
Anunciante e agência: Fiat e Leo Burnett

“Omo Progress”

Representação 043/12, julgada em maio de 2012
Anunciante e agência: Unilever e Neogama BBH

“Papete do Homem Aranha”

Representação nº 244/07, julgada em outubro de 2007
Anunciante e agência: Grendene e W/Brasil

“Para um amanhã mais saudável, Yakult hoje”

Representação nº 074/11, julgada em novembro de 2011
Anunciante e agência: Yakult e GP 7

“Parque da Xuxa”

Representação 169/12, julgada em setembro de 2012
Anunciante: Parque Mundo da Xuxa

“Purificador Pureit – Unilever”

Representação 119/13, julgada em setembro de 2013
Anunciante: Unilever Brasil

“Skol – Aulas de surf gratuitas”

Representação 021/13, julgada em maio de 2013

Anunciante: Ambev

“S.O.S. Mata Atlântica”

Representação nº 038/08, julgada em julho de 2008

Anunciante: Fundação S.O.S. Mata Atlântica

“Sander, o Renault que você não esperava”

Representação nº 084/08, julgada em maio de 2008

Anunciante e agência: Renault e Neogama BBH

“SBP Automático”

Representação nº 327/09, em recurso ordinário,
julgada em julho de 2010

Anunciante: Reckitt Benckiser

“Shopping Praiamar”

Representação nº 329/09, julgada em maio de 2010

Anunciante: Condomínio Shopping Center Praiamar

“Skol – Tubarão”

Representação nº 183/11 e nº 184/11, julgada em
novembro de 2011

Anunciante e agência: Ambev e F/Nazca S&S

“Skol – Um por todos e todos por uma”

Representação nº 070/11, julgada em maio de 2011

Anunciantes e agência: Ambev e CBB e F/Nazca

“Sky. TV é poder interagir”

Representação nº 365/08, julgada em dezembro de 2008

Anunciante e agência: Sky Brasil e Giovanni FCB

“Supermercado Condor”

Representação nº 012/11, julgada em abril de 2010

Anunciante e agência: Supermercado Condor e CCZ
Comunicação

“Tang – Preparou, bebeu, faz”

Representação nº 318/09, julgada em março de 2010

Anunciante e agência: Kraft Foods Brasil e Ogilvy

“Telefônica – Muito inteligente”

Representação nº 095/11, julgada em julho de 2011

Anunciante e agência: Telefônica e DM9DDB

“Turner International – Chegou a nova linha de produtos do Ben10”

Representação 313/12, julgada em maio de 2013

Anunciante: Turner International

Comportamento deseducativo

“A gente faz o que quer”

Representação nº 077/08, julgada em junho de 2008

Anunciante: Cartoon Network

“Ades Nutri Kids – As escolhas de Marina: primeiro dia de aula”

Representação nº 162/09, em recurso ordinário,
julgada em março de 2010

Anunciante e agência: Unilever Brasil e New Content

“Adidas – Tudo ou nada”

Representação 186/14, julgada em novembro de 2014

Anunciante e agência: Adidas e TBWA Brasil

“Banco Itaú – Feito para você”

Representação nº 307/07, julgada em abril de 2008

Anunciante e agência: Banco Itaú e DM9DDB

“Bis Avelá”

Representação nº 248/09, julgada em novembro de 2009

Anunciante e agência: Kraft Foods e Ogilvy & Mather

“Biscoitos Mabel”

Representação 191/13, julgada em setembro de 2013

Anunciante e agência: Mabel e Loducca

“Cadernos Tilibra”

Representação nº 012/08, julgada em maio de 2008

Anunciante: Tilibra

“CBL – Cola maluca”

Representação nº 160/10, julgada em setembro de 2010

Anunciante e agência: Cola Maluca e Adyel Figueiredo Maia

“Chamyto – Nestlé”

Representação nº 045/12, julgada em maio de 2012
Anunciante e agência: Nestlé e Giovanni+DraftFCB

“Cheetos – Agora é com você”

Representação 262/13, em recurso ordinário,
julgada em maio de 2014
Anunciante e agência: Pepsico e AlmapBBDO

“Chocolate Bis – Sala de aula”

Representação nº 189/07, julgada em setembro de 2007
Anunciante e agência: Kraft

“Chokito – Vai um aí?”

Representação nº 234/06, julgada em novembro de 2006
Anunciante e agência: Nestlé e J. Thompson

“Claro - Trote”

Representação 233/13, em recurso ordinário,
julgada em março de 2014
Anunciante e agência: Claro e F/Nazca S&S

“Danoninho Eco Kids”

Representação 086/13, julgada em junho de 2013
Anunciante e agência: Danone e Y&R

“Diário Popular – Biblioteca Larousse”

Representação nº 285/07, julgada em novembro de 2007
Anunciante: Diário de São Paulo

“Del Valle Kapo apresente – Uva em apuros”

Representação 011/14, julgada em julho de 2014
Anunciante e agência: Coca-Cola e Wieden+Kennedy
Brasil

**“Dettol acredita que pequenos gestos fazem grande
diferença”**

Representação 086/14, julgada em julho de 2014
Anunciante: Reckitt Benckiser Brasil

“Dictoys - Ugglys”

Representação 255/14, julgada em novembro de 2014
Anunciante: DTC Toys

“Ecosport – Bichinhos”

Representação nº 159/07, julgada em novembro de 2007
Anunciante e agência: Ford e J. Walter Thompson

“Família – Sadia”

Representação nº 292/09, julgada em março de 2010
Anunciante e agência: Sadia e DPZ

“Ford – Viva o novo”

Representação nº 072/08, julgada em julho de 2008
Anunciante e agência: Ford e J. Walter Thompson

“Globo.com – Big Brother Brasil 10”

Representação nº 027/10, julgada em março de 2010
Anunciante: Globo.com

“Guaraná Antarctica - Papelzinho”

Representação 044/14, julgada em maio de 2014
Anunciante e agência: Ambev e DM9DDB

“Gulliver – Incrível Hulk”

Representação nº 426/08, julgada em agosto de 2009
Anunciante: Gulliver

“Havaianas – Avó”

Representação nº 238/09, julgada em novembro de 2009
Anunciante e agência: São Paulo Alpargatas e AlmapBBDO

“Igui Salva Vidas”

Representação 053/13, julgada em abril de 2013
Anunciante: Igui World Wide

“Ipiranga 2013 – Informação III”

Representação 057/13, em recurso ordinário,
julgada em setembro de 2013
Anunciante e agência: Ipiranga e Talent

“Itaú – A todos vocês, muito obrigado”

Representação nº 324/10, julgada em março de 2011
Anunciante e agência: Banco Itaú e África

“Itaú – Isso muda o jogo”

Representação 125/14, julgada em setembro de 2014
Anunciante e agência: Itaú e Africa

“Itaú Personalité – Lambari”

Representação nº 152/06, julgada em setembro de 2006
Anunciante e agência: Banco Itaú e DPZ

“Leader – Já é Dia das Mães”

Representação nº 129/07, julgada em julho de 2007
Anunciante e agência: União de Lojas Leader e Matos Grey Comunicação

“Mam Baby Brasil – Olha! Eu consigo tomar sozinha!”

Representação 158/13, julgada em julho de 2013
Anunciante: Mam Baby Brasil

“Mattel – Pista Hot Wheels – Vai encarar?”

Representação nº 439/08, julgada em março de 2009
Anunciante: Mattel do Brasil

“Mega Shot”

Representação nº 427/08, julgada em março de 2009
Anunciante e agência: New Toys e Trade Editoração

“Mitsubishi Lancer – Colégio Savoy”

Representação 218/14, julgada em novembro de 2014
Anunciante e agência: Mitsubishi e Africa

“Naldecon – Temporada de caça à gripe”

Representação 259/13, julgada em abril de 2014
Anunciante e agência: Bristol-Myers Squibb, Reckitt Benckiser e Fischer América

“Nem a pau, Juvenal”

Representação nº 189/08, julgada em setembro de 2008
Anunciante e agência: Sadia e DPZ

“Nerf – Hasbro”

Representação nº 290/10, julgada em novembro de 2010
Anunciante: Hasbro Brasil

“Nerf – Hasbro”

Representação nº 313/10, julgada em novembro de 2010
Anunciante: Hasbro Brasil

“Net – Todo mundo está saindo da Sibéria”

Representação nº 067/09, em recurso extraordinário, julgada em outubro de 2010
Anunciante: Net Serviços de Comunicação

“Novo Dove Men Care”

Representação nº 184/10, julgada em novembro de 2010
Anunciante: Unilever Brasil

“Novo Fiat Punto”

Representação nº 222/10, julgada em outubro de 2010
Anunciante e agência: Fiat Automóveis e Leo Burnett

“Omo multiação tanquinho”

Representação nº 127/10, julgada em setembro de 2010
Anunciante e agência: Unilever Brasil e Neogama BBH

“Pode falar de boca cheia: Mortadela é Marba”

Representação nº 213/06, julgada em outubro de 2006
Anunciante: Frigorífero Marba

“Promoção Pediu Nova Schin”

Representação 293/13, julgada em maio de 2014
Anunciante e agência: Brasil Kirin e Leo Burnett

“Quebrei sua televisão”

Representação 101/12, julgada em julho de 2012
Anunciante: Martins Comércio e Serviços

“Quem não assina SKY por R\$ 69,90 é muito pamonha”

Representação nº 029/10, em recurso ordinário, julgada em julho de 2010
Anunciante e agência: Sky Brasil e Giovanni FCB

“Reckitt Benckiser – Mortein Rodox, a força que protege”

Representação nº 424/08, julgada em março de 2009
Anunciante: Reckitt Benckiser

“Reckitt Benckiser – Repelex Kids”

Representação nº 030/10, julgada em maio de 2010
Anunciante: Reckitt Benckiser

“Red Bull – Chapeuzinho Vermelho”

Representação nº 101/10, julgada em maio de 2010

Anunciante: Red Bull

“Renault – Depois do Stepway, ladeira é drop. E outros carros são flat”

Representação nº 115/10, julgada em setembro de 2010

Anunciante e agência: Renault do Brasil e Neogama

“Roma Tático Blindado”

Representação nº 247/10, julgada em novembro de 2010

Anunciante: Roma Jensen Comércio e Indústria

“Sadia, a vida com S é mais gostosa”

Representação nº 202/09, julgada em novembro de 2009

Anunciante: Sadia

“Sadia Mini Chefs”

Representação 162/13, julgada em julho de 2013

Anunciante e agência: Sadia e DM9DDB

“Samsung – Por acaso está escrito na minha testa?”

Representação nº 132/07, julgada em julho de 2007

Anunciante e agência: Samsung Brasil e J. Walter Thompson

“SBP - Protegido”

Representação 329/13, julgada em maio de 2014

Anunciante e agência: Reckitt Benckiser e Havas

“Seda Teens”

Representação nº 045/08, julgada em maio de 2008

Anunciante: Unilever Brasil

“Skol – Pagando mico”

Representação nº 311/09, julgada em março de 2010

Anunciante e agência: AmBev e F/Nazca S&S

“Sky – Abaixo-assinado”

Representação nº 174/06, julgada em setembro de 2006

Anunciante e agência: Sky e Neogama

“Sky – Bernardinho e Vitor Belfort”

Representação 180/12, julgada em novembro de 2012

Anunciante: Sky

“Sky TV é isso”

Representação nº 075/08, julgada em julho de 2008

Anunciante: Sky Brasil

“Space Cross – VW”

Representação nº 222/11, julgada em novembro de 2011

Anunciante e agência: VW e Almap/BBDO

“Sprite Zero – As coisas são como elas são II”

Representação nº 108/07, julgada em junho de 2007

Anunciante e agência: Coca-Cola Indústrias e McCann Erickson Publicidade

“Sucos Camp – Vaso” e “Sucos Camp – Boletim”

Representação nº 179/07, julgada em novembro de 2007

Anunciante: General Brands do Brasil

“TIM – Tah na aula e precisa fala com um amigo...”

Representação 044/13, julgada em abril de 2013

Anunciante: TIM

“Tortuguita”

Representação nº 242/08, em recurso ordinário, julgada em julho de 2009

Anunciante: Arcor do Brasil

“Trakinas, o ovo de Páscoa que é a minha cara”

Representação nº 065/08, julgada em maio de 2008

Anunciante e agência: Kraft Foods e Giovanni, FCB

“Turner International – Você também pode jogar com o seu celular. CN Celular”

Representação nº 319/09, julgada em março de 2010

Anunciante: Turner International (Cartoon Network)

“Unilever – Família Bernardinho”

Representação nº 276/07, julgada em novembro de 2007

Anunciante e agência: Unilever e Ogilvy

“Vanish Poder O2 com até 10 x mais oxigênio”

Representação nº 194/10, julgada em agosto de 2010

Anunciante: Reckitt Benckiser Brasil

“Vanish Poder O2”

Representação nº 117/09, em recurso ordinário,
julgada em setembro de 2009

Anunciante e agência: Reckitt Benckiser e Euro RSCG Brasil

“Vírgula – Baixa Hits”

Representação nº 343/08, julgada em maio de 2009

Anunciante: Vírgula

“Vivo – Conexão como nenhuma outra”

Representação nº 019/10, julgada em maio de 2010

Anunciante: Vivo

“Xixi no banho – S.O.S. Mata Atlântica”

Representação nº 048/10, julgada em julho de 2010

Anunciante: Fundação S.O.S. Mata Atlântica

Estímulo ao consumismo

“Casa Pio – Vamos para Casa Pio”

Representação nº 380/08, julgada em abril de 2009

Anunciante: Casa Pio Calçados

“Grendene – Xuxa – Cuidar da natureza”

Representação nº 330/09, em recurso ordinário,
julgada em julho de 2010

Anunciante: Grendene

“Lap Top da Xuxa – Candide”

Representação nº 357/10, julgada em março de 2011

Anunciantes: Candide

“Mattel – Polly Pocket”

Representação nº 162/08, julgada em setembro de 2008

Anunciante: Mattel do Brasil

“McDonalds – McBacon Junior”

Representação nº 044/07, julgada em maio de 2007

Anunciante e agência: McDonalds e Taterka Comunicações

“Mundo do Sítio na TV”

Representação nº 182/11, julgada em novembro de 2011

Anunciante: Editora Globo

“Playarte Kids – Peça agora mesmo para o papai e para a mamãe”

Representação nº 423/08, julgada em março de 2009

Anunciante: Playarte Pictures

“Purina Dog Chow – Incrível para a vida”

Representação nº 171/07, em recurso ordinário,
julgada em novembro de 2007

Anunciante: Nestlé – Divisão Purina

“Samsung Celular Beat Mix – Princesa”

Representação nº 316/10, em recurso ordinário,
julgada em março de 2011

Anunciante: Samsung

Preconceito

“Aquaclin”

Representação 122/12, em recurso ordinário,
julgada em setembro de 2012

Anunciante e agência: Galderma Brasil e Loducca

“Brockton – Namore de Redley”

Representação 160/14, julgada em julho de 2014

Anunciante: Brockton

“CD da Whitney Houston – Som Livre”

Representação nº 024/08, julgada em maio de 2008

Anunciante: Som Livre

“Habib’s – Língua do Zero”

Representação 260/13, julgada em novembro de 2013

Anunciante e agência: Habib’s e Publicis Brasil

“Hope – Bonita por natureza”

Representação 284/12, julgada em novembro de 2012
Anunciante e agência: Hope e Giovanni+DraftFCB

“Ketchup Hellmann’s – O bom de verdade”

Representação 332/12, julgada em março de 2013
Anunciante e agência: Unilever Brasil e Ogilvy&Mather

“O primeiro Valisere a gente nunca esquece”

Representação 205/13, julgada em setembro de 2013
Anunciante e agência: Valisere e Uau

“Tigre – Gaga”

Representação 065/12, julgada em julho e setembro de 2012
Anunciante e agência: Tigre e Talent

“Toda família tem refrigerante Schin – Primo”

Representação nº 326/08, julgada em março de 2009
Anunciante e agência: Primo Schincariol e Lew Lara

“Vivo Sempre Internet – Alvará”

Representação 345/12, julgada em março de 2013
Anunciante e agência: Vivo e DM9DDB

RESPEITABILIDADE

“Blaupunkt – The advantage in your car”

Representação nº 225/06, julgada em dezembro de 2006
Anunciante: Blaupunkt – Robert Bosch

“Boate Parthenon – Night club show”

Representação nº 244/09, julgada em novembro de 2009
Anunciante: Boate Parthenon

“Bubbaloo – É sempre uma charada”

Representação nº 241/06, julgada em dezembro de 2006
Anunciante e agência: Adams Brasil e J. Walter Thompson

“Burger King. Indecente de tão gostoso”

Representação nº 161/08, julgada em março de 2009
Anunciante: Burger King

“Campanha Couro Fino”

Representação 286/13, julgada em novembro de 2013
Anunciante e agência: Couro Fino e Salto Fino

“Campanha Sol – É ponto”

Representação nº 181/07, julgada em setembro de 2007
Anunciante e agência: Cervejarias Kaiser Brasil e Fischer América

“Claro – Fale quantas vezes quiser”

Representação nº 179/09, em recurso ordinário, julgada em dezembro de 2009
Anunciante e agência: Claro Empresas e F/Nazca S&S

“Coca-Cola Zero”

Representação nº 130/07, em recurso extraordinário, julgada em dezembro de 2007
Anunciante: Coca-Cola

“Control Toys – Jaulinha da diversão”

Representação 193/12, julgada em setembro de 2012
Anunciante e agência: SBT e PBC Comunicação

“Corpus Motel - Chupetinha”

Representação 192/12, julgada em setembro de 2012
Anunciante: Corpus Motel

“Desodorante Axe – Salvo pelo twist”

Representação nº 088/10, julgada em novembro de 2010
Anunciante: Unilever Brasil

“Faisão Hotel – Elas adoram o panda”

Representação 134/13, julgada em julho de 2013
Anunciante: Faisão Hotel

“Festival de molhos do Bob´s”

Representação 196/13, em recurso ordinário, julgada em março de 2014
Anunciante e agência: Bob´s e NBS

“Giraffas”

Representação nº 004/09, julgada em abril de 2009
Anunciante e agência: Lanchonete Giraffas e DPZ

“Guaraná Kuat”

Representação nº 165/06, julgada em setembro de 2006
Anunciante: Coca-Cola

“GVT – Acorda tio”

Representação nº 016/12, julgada em maio de 2012
Anunciante e agência: GVT e Loducca

“Havaianas Kids – Kaiky Brito”

Representação nº 247/06, julgada em novembro de 2006
Anunciante e agência: São Paulo Alpargatas e Almap/BBDO

“Hyundai Santa Fé – A nova geração chegou”

Representação nº 144/07, julgada em setembro de 2007
Anunciante e agência: Hyundai e Z+

“Ketchup Hellman’s – Tarados por Ketchup”

Representação nº 243/06, julgada em dezembro de 2006
Anunciante e agência: Unilever e Ogilvy Brasil

“Kuat – Mãe do amigo”

Representação nº 294/10, julgada em novembro de 2010
Anunciante: Coca-Cola

“Lojas Renner – Dia dos Namorados. Presentes cheios de segundas intenções”

Representação nº 167/10, julgada em agosto de 2010
Anunciante: Lojas Renner

“Marisol – Use e se lambuze”

Representação nº 144/08, em recurso ordinário, julgada em setembro de 2008
Anunciante: Marisol

“Os cafajestes – Uma comédia musical”

Representação nº 344/08, julgada em novembro de 2008
Anunciante: Teatro das Artes

“Palmolive – Sua beleza começa na pele”

Representação nº 093/08, julgada em junho de 2008
Anunciante e agência: Colgate-Palmolive e Y&R
Propaganda

“Pânico Energy Drink – É ligação direta”

Representação nº 080/10, julgada em julho de 2010
Anunciante: Alternativa Comércio de Bebidas e Alimentos

“Prazer começa com Prudence”

Representação nº 047/10, julgada em maio de 2010
Anunciante: DKT do Brasil

“Protex Própolis”

Representação nº 175/08, julgada em setembro de 2008
Anunciante: Colgate-Palmolive

“Red Bull – Banco”

Representação nº 190/11, julgada em setembro de 2011
Anunciante: Red Bull

“Red Bull – Menino”

Representação nº 128/09, julgada em julho de 2009
Anunciante e agência: Red Bull e Loducca

“Red Bull – Praia de nudismo”

Representação nº 130/09, julgada em setembro de 2009
Anunciante e agência: Red Bull e Loducca

“Renault Symbol”

Representação nº 171/09, julgada em setembro de 2009
Anunciante e agência: Renault e Neogama

“Revista Capricho – Não precisa explicar. A gente se entende”

Representação nº 228/06, julgada em maio de 2007
Anunciante: Editora Abril

“Sergio K”

Representação nº 062/11, julgado em junho de 2011
Anunciante: SLKS Comércio de Artigos de Moda

“Sprite – As coisas são como são”

Representação nº 059/07, em recurso ordinário, julgada em maio e julho de 2007
Anunciante e agência: Coca-Cola e McCann-Erickson

“Tjnet – Dança do créu”

Representação nº 342/08, julgada em novembro de 2008
Anunciante e agência: Arvato Móbile e Binder Comunicação

“Toddy – Chocolates do mundo”

Representação nº 064/09, em recurso ordinário,
julgada em setembro de 2009
Anunciante: Pepsico

“Trident Rio-nudista”

Representação nº 103/11, julgada em julho de 2011
Anunciante e agência: Kraft Foods e J. Walter Thompson

“Trifil Infantil”

Representação nº 157/07, julgada em julho de 2007
Anunciante: Scalina – Trifil

“Verão Bala Gang”

Representação nº 290/07, julgada em maio de 2008
Anunciante: Gang Comércio de Vestuário

CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM PUBLICIDADE PARA ADULTOS

Uso de elementos do universo infantil

“Bic Mangá”

Representação nº 313/07, julgada em abril de 2008
Anunciante: Bic Brasil

“Birinight 6.0”

Representação nº 295/06, julgada em março de 2007
Anunciante: Indústria e Comércio de Bebidas Imperial

“Birinight”

Representação nº 240/06, julgada em dezembro de 2006
Anunciante: Indústria e Comércio de Bebidas Imperial

“Bolos Roll Bauducco”

Representação 226/14, julgada em novembro de 2014
Anunciante e agência: Pandurata e AlmapBBDO

“Conti Bier – Conti de Fadas”

Representação 005/13, julgada em março de 2013
Anunciante e agência: Casa Di Conti e WMcCann

“Danoninho – Mini Dinos”

Representação 153/13, julgada em julho de 2013
Anunciante: Danone

“Dia da Crianças na Ri Happy – Uaaau”

Representação 249/14, julgada em dezembro de 2014
Anunciante: Ri Happy

“Disney Spunch Cereser”

Representação nº 061/11, julgada em outubro de 2011
Anunciante: Viti Vinícola Cereser

“E se Bis fosse remédio para gripe?”

Representação 199/13, em recurso ordinário,
julgada em março de 2014
Anunciante: Kraft Foods Brasil

“Electrolux e Lojas Insinuante – Liquidificador Multimix Silent”

Representação 136/13, julgada em novembro de 2013
Anunciantes: Electrolux e Lojas Insinuante

“Herbalife – Gente que pensa positivo”

Representação 223/14, julgada em novembro de 2014
Anunciante: Magda Dias Cerqueira e Alexandre Moreira

“Max e Ades – Dia agitado”

Representação 230/13, julgada em setembro de 2013
Anunciante e agência: Unilever Brasil e Ogilvy&Mather Brasil

“Mc Lanche Feliz – Rio”

Representação nº 085/11, em recurso ordinário,
julgada em setembro de 2011
Anunciante e agência: McDonald’s e Taterka

“Mega aniversário Carrefour”

Representação nº 216/09, julgada em novembro de 2009
Anunciante: Carrefour

“Merchandising Brahma tampinha”

Representação nº 217/09, em recurso ordinário,
julgada em março de 2010
Anunciante: AmBev

“Ministério das Cidades – Semana Santa”

Representação 112/13, julgada em novembro de 2013
Anunciante e agência: Ministério das Cidades e
Agnelo Pacheco

“Misteriosa mistura de Skol com limão”

Representação nº 056/07, em recurso ordinário,
julgada em abril e julho de 2007
Anunciante: AmBev

“Nissan Frontier – Pôneis malditos”

Representação nº 176/11, julgada em setembro de 2011
Anunciante e agência: Nissan e Lew´Lara/TBWA

“Nova Schin – Caveirinhas”

Representação 251/12, julgada em março de 2013
Anunciante e agência: Nova Schin e Leo Burnett

“O churrasco perfeito com Skol 360°”

Representação 300/12, julgada em julho de 2013
Anunciante e agência: Skol e F/Nazca S&S

“Pitú”

Representação 252/13, julgada em abril de 2014
Anunciante: Pitú

“Saia do óbvio, Xingu”

Representação nº 139/08, julgada em agosto de 2008
Anunciante e agência: Kaiser e Talent

“Skol – Fantasiados”

Representação nº 016/07, em recurso ordinário,
julgada em março e maio de 2007
Anunciante e agência: Ambev e F/Nazca

“Skol – Homenagem”

Representação 047/13, julgada em abril de 2013
Anunciante e agência: Ambev e F/Nazca S&S

“Skol – Monstro do Pântano”

Representação nº 024/11, julgada em setembro de 2011
Anunciante e agência: Ambev e F/Nazca S&S

“Supermercado Russi – Páscoa”

Representação 090/12, julgada em junho de 2012
Anunciante: Irmãos Russi

“Syn Lemon Ice”

Representação 066/14, julgada em julho de 2014
Anunciante: Arbor Brasil

“Vedacit – Turma da Mônica”

Representação 054/14, julgada em maio de 2014
Anunciantes: Maurício de Souza Produções, Otto Baumgart
e Climagnet

“Visa – Chucky”

Representação 263/13, julgada em abril de 2014
Anunciante e agência: Visa e AlmapBBDO

“Vodka Absolut”

Representação nº 102/10, em recurso ordinário,
julgada em julho de 2011
Anunciante: Pernod Ricard

Vocalização de apelo de consumo por crianças

“A minha Páscoa é Carrefour”

Representação nº 082/08, julgada em julho de 2008
Anunciante e agência: Carrefour e Almap/BBDO

“Anador – Contra dores de cabeça, dores nas costas...”

Representação nº 008/08, julgada em março de 2008
Anunciante e agência: Boehringer Ingelheim e Leo Burnett

“Brinquedo é no Magazine Luiza”

Representação nº 249/09, julgada em novembro de 2009
Anunciante: Magazine Luiza

“Chegou Redoxitos, a vitamina C em um novo formato”

Representação 215/13, julgada em novembro de 2013
Anunciante e agência: Bayer e JWT

“Claro – A emoção de ter o 1º smartphone não pode esperar”

Representação 009/13, julgada em março de 2013
Anunciante e agência: Claro e Ogilvy&Mather

“Claro – O meu também”

Representação nº 336/09, julgada em março de 2010
Anunciante e agência: Claro e AlmapBBDO

“Eu quero games foto MP3!!! Seu filho quer celular da C&A”

Representação nº 354/08, em recurso ordinário,
julgada em março de 2009
Anunciantes: C&A e Claro

“Extra, o hipermercado da minha família”

Representação nº 264/07, em recurso ordinário,
julgada em novembro de 2007 e março de 2008
Anunciante e agência: Extra e P.A. Publicidade

“Lysoclin”

Representação nº 026/08, julgada em julho de 2008
Anunciante e agência: e Nobel do Brasil e Del Grappa

“Mãe, Paulinha já tem um relóginho só dela”

Representação 115/12, julgada em julho de 2012
Anunciante: Editora O Dia

“Não faça da sua família um prato cheio para os perninhos” e “Raid Protecto. Eficácia que protege”

Representações nº 016 e 018/08, julgadas em maio de 2008
Anunciantes: Sul Química e Ceras Johnson

“Net Virtua com Mega Flash”

Representação nº 203/06, julgada em outubro de 2006
Anunciante e agência: Net e Talent

“Ourocard Dia das Crianças”

Representação nº 235/06, em recurso ordinário,
julgada em novembro de 2006 e em fevereiro de 2007
Anunciante e agência: Banco do Brasil e Ogilvy BR

“Pai de cara nova com Gillette na Pacheco”

Representação nº 238/06, julgada em novembro de 2006
Anunciante e agência: Drogaria Pacheco e Contemporânea

“Pão de Açúcar – Lugar de gente feliz”

Representação nº 086/08, em recurso extraordinário,
julgada em fevereiro de 2009
Anunciante e agência: Pão de Açúcar e P. A. Publicidade

“Prezunic – É o que você quer”

Representação nº 200/07, julgada em setembro de 2007
Anunciante: Supermercado Prezunic

“Romera – O melhor Dia das Crianças do mundo”

Representação 282/13, julgada em novembro de 2013
Anunciante: Móveis Romera

“Sundown Kids. Ultraproteção para a pele sensível das crianças”

Representação nº 017/10, julgada em março de 2010
Anunciante: Johnson & Johnson

“Sustagen Kids”

Representação nº 013/08, julgada em maio de 2008
Anunciante: Bristol Meyers Squibb

“Telesena de Páscoa – Restar”

Representação 087/11, julgada em agosto de 2012
Anunciante: Liderança Capitalização

Credulidade infantil

“Barbie Fashionistas Luzes”

Representação nº 310/11, julgada em maio de 2012

Anunciante: Mattel do Brasil

“Biotônico Fontoura e você, energia de sobra para o seu filho”

Representação 333/12, em recurso ordinário,

julgada em novembro de 2013

Anunciante: Hypermarcas

“DVD portátil TecToy”

Representação 288/12, em recurso ordinário,

julgada em dezembro de 2012

Anunciante: TecToy

“Grendene – Sandália da Minnie”

Representação 250/14, julgada em novembro de 2014

Anunciante e agência: Grendene e Escala

“O Boticário – Casal”

Representação 335/13, julgada em maio de 2014

Anunciante e agência: O Boticário e AlmapBBDO

Idade de modelos

“Com Orloff, até novinha tem que ser maior de idade”

Representação 142/14, julgada em setembro de 2014

Anunciante: Pernod Ricard Brasil

“Skol – Carrinho” e “Skol – Pelado”

Representação nº 132/06, em recurso ordinário,

julgada em julho e em setembro de 2006

Anunciante e agência: Ambev e F/Nazca

“Skol – Golfe”

Representação nº 033/08, julgada em junho de 2008

Anunciante e agência: AmBev e F/Nazca

Tudo o que você precisa saber sobre o Conar,
sua história, membros, funcionamento, decisões e formas de participação está no site
www.conar.org.br



35 ANOS DE ÉTICA NA PRÁTICA

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA

Junho de 2015