

Cidadãos responsáveis e consumidores conscientes dependem de informação (e não da falta dela)

As normas éticas e a ação do Conar na publicidade de produtos e serviços destinados a crianças e adolescentes



CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA

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 cigarros, bebidas alcoólicas, bem como produtos e serviços 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 para publicidade dirigida a menores de idade.

Divulgadas, o Conar tratou de aplicá-la com zelo redobrado. Até maio de 2012, o Conar instaurou e julgou cerca de trezentos 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, ou em 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 a crianças e adolescentes. 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 2 mil 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 500 mil peças publicitárias veiculadas nesse período, numa projeção 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 do Sistema Nacional de Informações de

Em meio a cerca de 140 mil reclamações de consumidores aos Procons de todo o país em doze

O Conar é o pioneiro no país na imposição de restrições a anúncios de todos os tipos, inclusive aqueles de produtos e serviços destinados a crianças e adolescentes

Defesa do Consumidor, Sindec, do Ministério da Justiça. Segundo esse indicador, 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. Tão baixo é esse índice que o Sindec sequer o detalha, misturando 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. 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.

2.053

Total de casos abertos pelo Conar entre 1/9/2006 e 31/5/2012

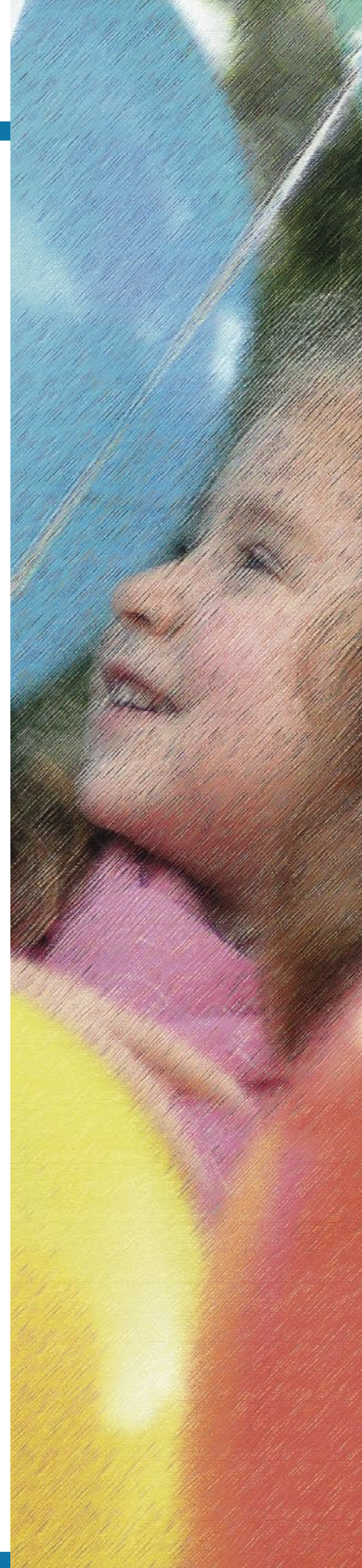
298

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

186

Processos terminaram com penalização do anunciante e sua agência

meses, menos de 1,5% diz respeito à publicidade



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 uma extraordinária 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 enraizou 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 187 milhões de brasileiros, os domicílios com TV no país passam de 55 milhões, com um índice de penetração do meio de 97%, segundo dados do Instituto Marplan. Números igualmente extraordinários 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

As reformas ao Código se dão após um processo de amadurecimento e discussão com numerosos

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

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.

106

Casos abertos pelo Conar envolveram apelo imperativo de consumo

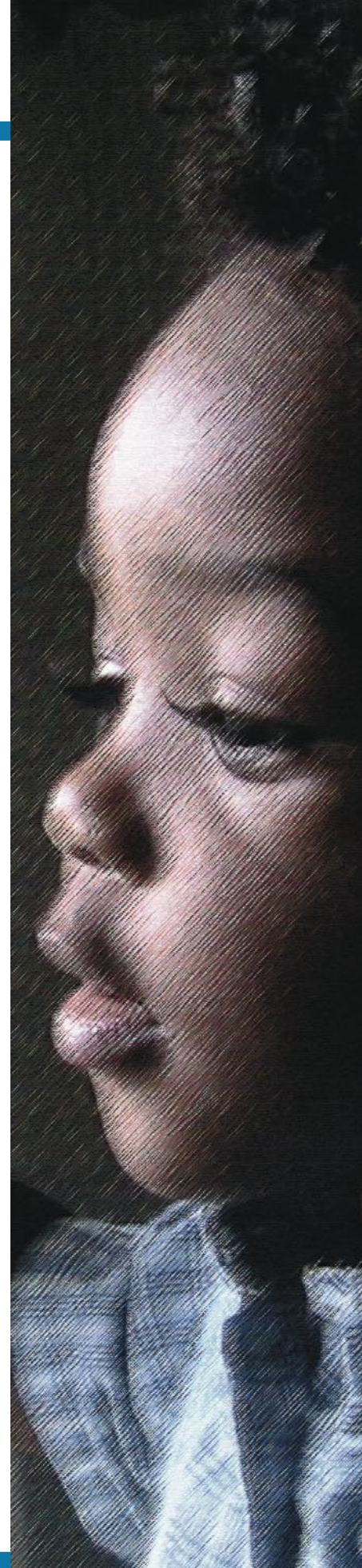
94

Destes casos foram abertos por iniciativa própria

83

Casos terminaram com penalização para o anunciante e sua agência

interlocutores, inclusive autoridades e todos os elos do mercado publicitário



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

Convicção número um do Conar: as leis vigentes no Brasil mais a autorregulamentação garantem 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 facilidades, comodidades, 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 drasticamente, 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.

UM AMPLO DEBATE COM A SOCIEDADE

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

A publicidade é importante para o progresso da sociedade. Numerosos estudos comprovam de crescimento material e humano.

**As pessoas
consomem
melhor com
informação.
O processo de
consumo começa,
normalmente,
nos meios de
comunicação**

discussões, da mesma forma que representantes do Conar estiveram presentes a diversas audiências públicas, seminários e debates. Um vigoroso mapeamento das experiências internacionais na matéria ajudou a definir rumos e soluções.

Assim, em 1º de setembro de 2006 entraram em vigor novas 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.

24

**Casos abertos pelo Conar
envolveram consumo
responsável**

15

**Destes casos foram abertos
mediante queixa de
consumidor**

14

**Casos terminaram com
penalização para o
anunciante e sua agência**

a força da publicidade como motor de mercados, de qualidade de vida,



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 dois países no mundo – Suécia e Noruega – impuseram limitações legais à publicidade de produtos e serviços dirigidos a crianças e adolescentes. Também a província de Quebec, no Canadá, banuiu a publicidade do gênero. Ou seja, apenas 0,32% da população da Terra é, hoje, privada de acessar informações publicitárias sobre alimentos e refrigerantes. Em contrapartida, a China, depois de discutir longamente a questão, adotou a autorregulamentação para a publicidade.

Os resultados observados em Quebec mostram de forma

clara que banir a publicidade não é solução para nada. Em 2004, quase 25 anos depois de adotada a proibição da publicidade, os índices de obesidade infantil são praticamente idênticos aos das demais províncias do país, 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*, mostra 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 reafirmaram recentemente 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,

Nos Estados Unidos, o Congresso acolheu recomendação de comissão formada por agências

O Parlamento europeu rejeitou formalmente a proibição de publicidade para crianças em outubro de 2011 e de novo em abril de 2012

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, em março, 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 contra a publicidade.

A Organização Mundial da Saúde, por sua vez, não 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 seus 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.

86

Casos abertos pelo Conar envolveram denúncia de comportamento perigoso ou deseducativo

67

Destes casos foram abertos mediante queixa de consumidor

44

Casos terminaram com penalização para o anunciante e sua agência



governamentais, que considerou desnecessárias leis contra a publicidade

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 8 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.

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
- **IAB Brasil** - Interactive Advertising Bureau
- **FENECC** - Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas

O Conar é capaz de adotar medida liminar de sustação no intervalo de algumas horas a partir

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 quatrocentas 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.

As decisões do Conar nunca foram desrespeitadas. Nas raras vezes em que foram questionadas na Justiça, o Conar saiu-se vitorioso

76

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

45

Destes casos foram abertos mediante queixa de consumidor

39

Casos terminaram com penalização para o anunciante e sua agência



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:

1 – 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, entre 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, na verdade, são encontradas em todos os similares;

i. utilizar situações de pressão psicológica ou violência que sejam capazes de infundir medo.

2 - 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;

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

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.

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 2 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 a 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".



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 maio de 2012, 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 – Mamã, 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

“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 dezembro de 2011
Anunciante e agência: Cacau Show e In Rio

“Calesita”

Representação nº 006/09, julgada em abril de 2009
Anunciante: Calesita Indústria de Brinquedos

“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

“Coleção Playmobil”

Representação nº 350/08, julgada em março de 2009
Anunciante: Sunny Brinquedos

“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”

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, julgada 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

“Filhote Mania – DTC”

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

“Filhotes Mania – DTC”

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

“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
Autora: Conar, por iniciativa própria

“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

“Mais diversão na hora do lanche”

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

“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

“Miliun – Natal 2012”

Representação nº 004/12, julgada em abril de 2012
Anunciante e agência: Comercial de Ferragens Miliun 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 Irado Pernambucanas”

Representação nº 229/09, 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 Polenguiño Super – Com sabor de diversão”

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

“Princesas – Grendene”

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

“Promoção Amigo Genial Chamyto”

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

“Promoção Bubbaloó 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

“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

“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

“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

“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

“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

MERCHANDISING**“Danoninho”**

Representação nº 337/08, em recurso ordinário, julgada em dezembro de 2008
 Anunciante: Danone

“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

“Papinhas Nestlé”

Representação nº 409/08, julgada em março de 2009
 Anunciante: Nestlé

“Pepsico e Turner International – Toddynho”

Representação nº 431/08, julgada em março de 2009
 Anunciantes: Pepsico e Turner International

“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

“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

“Danoninho – Opinião do pediatra”

Representação nº 236/07, em recurso ordinário, julgadas em setembro 2007 e fev. 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)

“Hot Wheels – Desafio”

Representação nº 118/11, julgada em setembro de 2011
Anunciante e agência: Mattel e Age

“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

“Mande Toon para 49218”

Representação nº 234/09, julgada em novembro de 2009
Anunciante: Turner International (Cartoon Network)

“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

“Nescau Nutri Júnior”

Representação nº 299/08, julgada em julho de 2009
Anunciante: Nestlé

“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

“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)

“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
Anunciante: VR Medical Importadora e Distribuidora de Produtos Médicos (Pointts)

RESPONSABILIDADE SOCIAL

COMPORTEAMENTO PERIGOSO

“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

“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

“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 nov. de 2006 e 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

“Justiça Eleitoral – Abelha”

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

“Papete do Homem Aranha”

Representação nº 244/07, julgada em setembro 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

“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 Praiaamar”

Representação nº 329/09, julgada em maio de 2010
Anunciante: Condomínio Shopping Center Praiaamar

“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

COMPORTEAMENTO DESEUCATIVO**“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

“Banco Itaú – Feito para você”

Representação nº 307/07, julgada em abril de 2008
Anunciante e agência: Banco Itaú e DM9DDB

“Bis Avelã”

Representação nº 248/09, julgada em novembro de 2009
Anunciante e agência: Kraft Foods e Ogilvy & Mather

“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

“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

“Diário Popular – Biblioteca Larousse”

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

“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

“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

“Itaú – A todos vocês, muito obrigado”

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

“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

“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

“Nem a pau, Juvenal”

Representação nº 189/08
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

“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

“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

“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 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

“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**“CD da Whitney Houston – Som Livre”**

Representação nº 024/08, julgada em maio de 2008
Anunciante: Som Livre

“Toda família tem refrigerante Schin – Primo”

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

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 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 setembro e dezembro de 2007
Anunciante: Coca-Cola

“Desodorante Axe – Salvo pelo twist”

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

“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

“Disney Spunch Cereser”

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

“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

“Misteriosa mistura de Skol com limão”

Representação nº 056/07, em recurso ordinário, julgada em 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

“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 – Monstro do Pântano”

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

“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

“Claro – O meu também”

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

“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 nov. 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

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

Representações nº 016/08 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 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: Drogeria 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

“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

CREDULIDADE INFANTIL**“Barbie Fashionistas Luzes”**

Representação nº 310/11, julgada em maio de 2012
Anunciante: Mattel do Brasil

IDADE DE MODELOS**“Skol – Carrinho” e “Skol – Pelado”**

Representação nº 132/06, em recurso ordinário, julgada 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



CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA

Agosto de 2012