

Conar adverte Dolly e pede retirada de comercial de Páscoa com crianças

Pedido de sustação de propaganda veiculada desde 2007 foi aprovado por unanimidade por Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária.

Matéria publicada em 31 de Maio de 2017



O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) decidiu advertir a Dolly e pedir a retirada do ar da propaganda de Páscoa da fabricante de refrigerantes que traz crianças vestidas de coelhinho cantando o nome da marca e fazendo declaração de amor ao personagem Dollynho.

Segundo o Conar, o processo foi aberto no dia 11 de abril por iniciativa do próprio conselho, que constatou na peça descumprimento do artigo 37 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, que veda a participação de crianças em propagandas "como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo".

O caso foi julgado na terça-feira (30) pelo Conar, que decidiu por unanimidade pela "sustação agravada por advertência ao anunciante, por unanimidade". Segundo

informou o órgão, a fabricante não apresentou defesa durante o julgamento do processo.

A decisão é de primeira instância e ainda cabe recurso ao próprio Conar. Mas a recomendação do Conar é que o comercial seja retirado imediatamente das páginas da marca na internet.

Procurada pelo G1, a Tholor, responsável pela marca Dolly, informou que não foi notificada pelo Conar e se disse surpresa pela abertura do processo neste ano uma vez que o comercial é veiculado desde 2007.

"A empresa se surpreende com a notícia, já que a Páscoa foi comemorada há mais 45 dias e o comercial é veiculado anualmente desde 2007 nas principais emissoras de televisão do país, sem nunca ter sido alvo de notificação do órgão", afirmou, em nota.

Até a última atualização desta reportagem, o comercial continuava disponível no canal da Dolly no YouTube e na página da marca no Facebook.



Como funciona o Conar

As medidas do Conar não têm força de lei e o conselho não tem poder de determinar multas. Mas, em geral, as decisões recomendando alterações ou retirada da propaganda do ar costumam ser sempre atendidas pelos anunciantes e agências de publicidade. O órgão informa que desde a sua fundação, em 1978, já instaurou mais de 9 mil processos éticos, que nunca foi desrespeitado pelos veículos de comunicação e que "nas raras vezes em que foi questionado na Justiça, saiu-se vitorioso".

O Conar abre processos a partir de denúncias de consumidores, autoridades, anunciantes, dos seus associados ou ainda formuladas pela própria diretoria.

Se a denúncia tiver procedência, o Conselho de Ética do órgão Conar recomenda aos veículos de comunicação a suspensão da exibição da peça ou sugere correções à propaganda. Pode ainda advertir anunciante e agência.

Os casos costumam levar mais de um mês para serem julgados. Mas o Conar pode recomendar a sustação imediata nas situações de infração flagrante ao Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

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, recrutados entre profissionais de publicidade e representantes da sociedade civil.

Informações G1