CONFIDENCIAL

CONAR
Conselho Nacional
de Auto-Regulamentação
Publicitária

Associação Protetora dos Animais OitoVidas-Rec.
Ordinário210/07-At.Dra.Angela Palmer
Av. Treze de Maio,33-Bl.A-sl.805-Centro
20031-920 - Rio de Janeiro - RJ

CONSELHO DE ÉTICA

O Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária – CONAR, pela presente, dá ciência da decisão adotada por seu Conselho de Ética no julgamento da Representação nº 210/07 - ***RECURSO ORDINÁRIO***

RECORRENTE(S): GRUPO DE CONSUMIDORES/ASSOCIAÇÃO PROTETORA DOS ANIMAIS OITO VIDAS

RECORRIDA: Decisão de 1ª instância que recomendou o Arquivamento da representação.

DENUNCIADO (S): anúncio **"SKOL - GATO"**

ANUNCIANTE: AMBEV – COMPANHIA DE BEBIDAS DAS AMÉRICAS

AGÊNCIA: F/NAZCA S&S PUBLICIDADE LTDA.

DECISÃO: Acordaram em recomendar a **SUSTAÇÃO** da veiculação do anúncio.

RELATOR(A): CONSELHEIRO (A) FÁTIMA PACHECO JORDÃO

FUNDAMENTO: Artigos 1º, 3º, 6º, 22, 26, 36 e 50 letra "c" do Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária.

São Paulo, 27 de novembro de 2007.

EDNEY G. NARCHI
Diretor Executivo

ANEXOS

CONAR
Conselho Nacional
de Auto-Regulamentação
Publicitária

REPRESENTAÇÃO Nº 210/07
RECURSO ORDINÁRIO

Recorrente: GRUPO DE CONSUMIDORES/ASSOCIAÇÃO PROTETORA DOS ANIMAIS OITO VIDAS
Recorrida : Decisão de 1ª instância que recomendou o Arquivamento da representação.
Denunciado: anúncio **"SKOL - GATO"**
Anunciante: AMBEV – COMPANHIA DE BEBIDAS DAS AMÉRICAS
Agência: F/NAZCA S&S PUBLICIDADE LTDA.

A C Ó R D Ã O

Vistos, etc...

Acordam, em Câmara Especial de Recursos do Conselho de Ética, em sessão realizada nesta data, em conhecer o Recurso Ordinário e, por unanimidade de votos dar-lhe provimento para recomendar, conforme manifestação da sra. Relatora – parte integrante desta decisão, a **SUSTAÇÃO** da veiculação do anúncio, com fundamento nos artigos 1º, 3º, 6º, 22, 26, 36 e 50 letra "c" do Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária.

Participaram do julgamento os Conselheiros Rui La Laina Porto (Presidente), Fátima Pacheco Jordão (Relatora), Leonardo Machado, Antônio Carlos Guerino e Flávio Vormittag.

Fizeram uso da palavra na oportunidade a Dra. Renata Freitas Martins, pela recorrente e a Dra. Mariana Galvão, pelas recorridas.

São Paulo, 27 de novembro de 2007.

RUI LA LAINA PORTO
Presidente da Câmara Especial de Recursos

FÁTIMA PACHECO JORDÃO
Relatora

S.Paulo, 26 de novembro de 2007

Exmo Sr. **Presidente da 6ª Câmara do CONAR**

REFERÊNCIAS

Processo no. 210/07
Recurso Ordinário
Recorrente: grupo de consumidores – Ass. Protetora dos Animais Oito Vidas
Recorrida: De cisão da Segunda Câmara do Conselho de Ética que recomendou o ARQUIVAMENTO da presente representação
Denunciado: anúncio SKOL GATO
Anunciante: COMPANHIA DE B EBIDAS DAS AMERICAS – AMB EV
Agência: F/NAZCA S&S PUBLICIDADE LTDA

RELATÓRIO

A decisão da Segunda Câmara do CE, após relato e voto do conselheiro LUIZ FERNANDO CONSTANTINO, em 13/09/0 concluiu unanimemente pelo arquivamento do presente processo.

O voto do relator pelo arquivamento foi assim argumentado: *"O spot em questão, em momento algum sugeriu ou incentivou maus tratos a animais, ele apenas se apropria da idéia de uma expressão que é largamente usada e aceita pela sociedade que em tom de brincadeira faz alusão ao termo "Churrasquinho de gato" que na verdade significa uma churrasco feito com carne de segunda...o comercial deixa claro o tom de brincadeira que circunda um churrasco entre amigos e ninguém em sã consciência levaria a cabo a caça e cozimento do animal, não podemos interpretar o spot no sentido literal mas no sentido cultural já aceito pela sociedade como uma piada"*

A Associação Protetora dos Animais Oito Vidas interpôs o presente Recurso Ordinário alegando vários princípios legais ou normativos: desde o Artigo 225 da Constituição Brasileira que veda a crueldade contra animais; passando pelo julgamento de ausência de responsabilidade social e também violação do artigo 37 do Código de Ética por desmerecer valores sociais positivos e artigo 26 por incitação à violência.

A defesa se apóia no voto do relator e o argumento central é que a piada não pode ser entendida no seu sentido literal, acrescentando "é inadmissível acreditar que o spot impugnado, por si só, possa conduzir os consumidores a imitar o comportamento trazido na peça publicitária" .

VOTO

Antes de fazer referências de código, me permito citar um artigo (Folha de S.Paulo, Brasil Lado B) publicado há poucos anos:

As histórias sobre churrasquinhos de gato são as mais populares. E não ficam apenas nas lendas ou grelhas improvisadas de entradas de shows, estádios, na frente da casa das moças da Rua Augusta, na feira de São Cristóvão (Rio) , nas ruelas que saem da Dantas Barreto, no Recife, ou nas margens do rio Guaíba, em Porto Alegre.
Seja em São Paulo, no Rio, Recife, Fortaleza, Natal ou Feira de Santana... Come-se mais gato no Brasil do que se imagina. E é prato de primeira, como nos garante os estudos do mestre Câmara Cascudo. Na sua época, porém, o pesquisador ainda não tinha conhecimento do bichano na brasa, comum nos dias que correm.

"Comem o gato sempre por estúrdia, divertimento, curiosidade. Não é quitute regular e comum nos cardápios populares. Não há o chat grillé mas invariavelmente guisado, refogado, bem adubado, dando sabor de galinha para quem nunca saboreou lebre", conta o etnógrafo no documento ***Antologia da Alimentação no Brasil, de 1977.***

"O mais recomendado é o preto, cinzento, mourisco. Desaconselhados os vermelhos nas sucessivas gradações cromáticas."

Na sua receita, Cascudo recomenda ainda: "Enterram a cabeça e as patas antes de preparar a carne sob pena de não tomar os temperos".

Apenas para contextualizar – o nosso país tem sim o seu lado B e o discurso publicitário ético poderá ajudar a combatê-lo. O comercial em tela não leva em conta a sensibilidade de pessoas que dedicam especial afeto a bichos de estimação, nem atenta para as mais recentes tendências internacionais de crescente busca de proteção a animais , incluindo o banimentos de testes com os mesmos (como recém definido pelo Mercado Comum Europeu).
Em matéria do New York Times, transcrita no dia 21/11/07 no jornal O Estado de S.Paulo lê-se: *"Sem dúvida, os novos regulamentos estão tendo um grande impacto, disse Alan Goldberg, diretor do Centro para Alternativas a Testes com Animais da Universidade John Hopkins". A gigante L´ Oréal, por exemplo, investiu US$ 800 milhões no desenvolvimento de alternativas aos testes em animais"*

Quanto ao código refiro-me aos **artigos 26 (*Os anúncios não devem conter nada que possa conduzir à violência*) e 22 (*anúncios não devem conter nada que possa induzir a atividades ilegais...*)** para recomendar **a sustação** do referido spot.

S.Paulo, 27 de novembro de 2007

Fátima Pacheco Jordão
Conselheira