

Resolución de controversias en materia publicitaria por organismos privados en Latinoamérica y Europa

BRASIL

Rafael Atab

Assistant Reporter General

r.atab@aippi.org

Resolución de Controversias en Brasil - CONAR

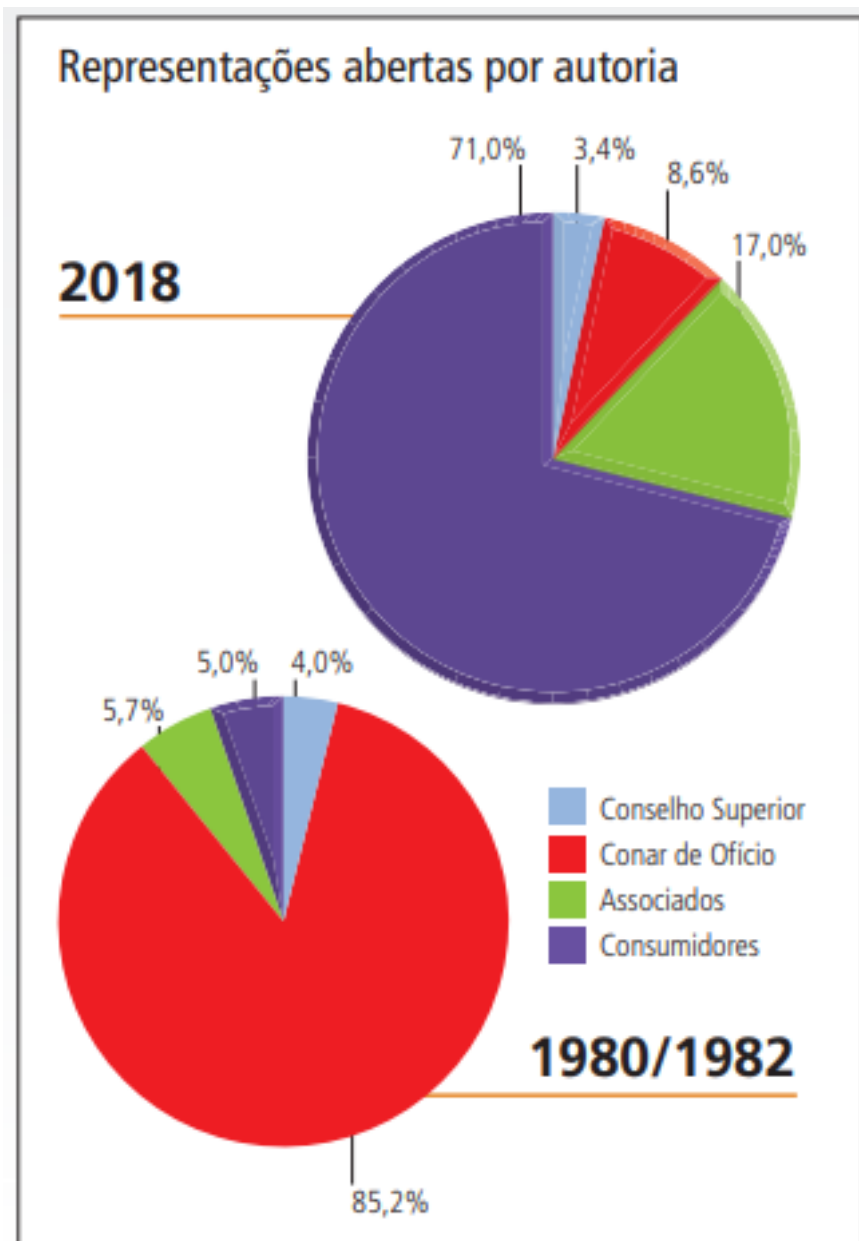
- CONAR – Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria
 - Sociedad civil sin ánimo de lucro
 - Creada para evitar la censura previa (1980)
 - Cumplimiento y respeto de sus decisiones por parte de anunciantes, agencias y medios de comunicación

CONAR – Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria

■ CONAR: Recomendaciones (Decisiones)

- Rechazo de lo reclamo
- Advertencia a los responsables
- Alteración o corrección del anuncio
- Suspensión por parte del medio de comunicación
- Divulgación pública de la posición del CONARS
- No hay censura previa ni consulta previa

- **CONAR: Los Reclamos y los reclamantes**
 - Consumidores (no se admiten denuncias anónimas)
 - Empresas competidoras (se requiere asociación)
 - Autoridades Públicas (Organismos de defensa del consumidor, Ministerio Publico etc.)
 - CONAR, por iniciativa propia



- CONAR: Los Reclamos
 - ✓ Un cambio en la confianza en el sistema



Processos e resultados em 2023

Processos por Autoria

Total de processos instaurados: 270

63,3%
Consumidores

19,6%
Associados

13,7%
Conar de Ofício

3,3% Conselho superior

Resultados das Decisões

Total de processos julgados: 239*

29,1%
Alterações

28,2%
Sustações

26,4%
Advertências

16,3%
Arquivamentos

*Cada representação pode ser julgada em mais de uma instância

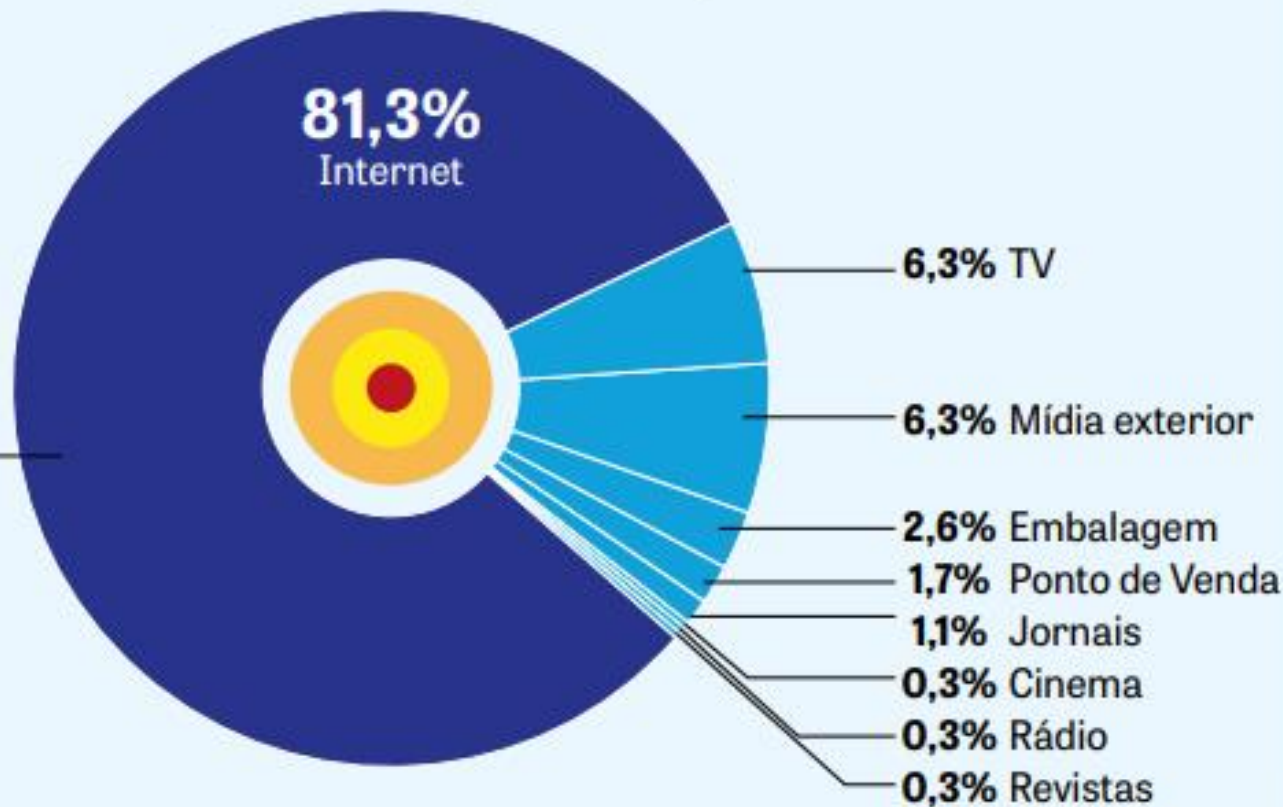
- CONAR:
 - ✓ La mayoría de los anuncios con problemas

Fuente:

<http://www.conar.org.br/pdf/conar224.pdf>



Processos Instaurados em 2023 (Por Mídia)



Internet por segmento

Redes Sociais	58,0%
Internet (Geral)	32,5%
E-mail Marketing	6,6%
Aplicativos	1,4%
Mídia Programática	1,0%
Jogos	0,3%

O presente dado pode ser impactado pela multiplicidade de meio de divulgação de um mesmo anúncio

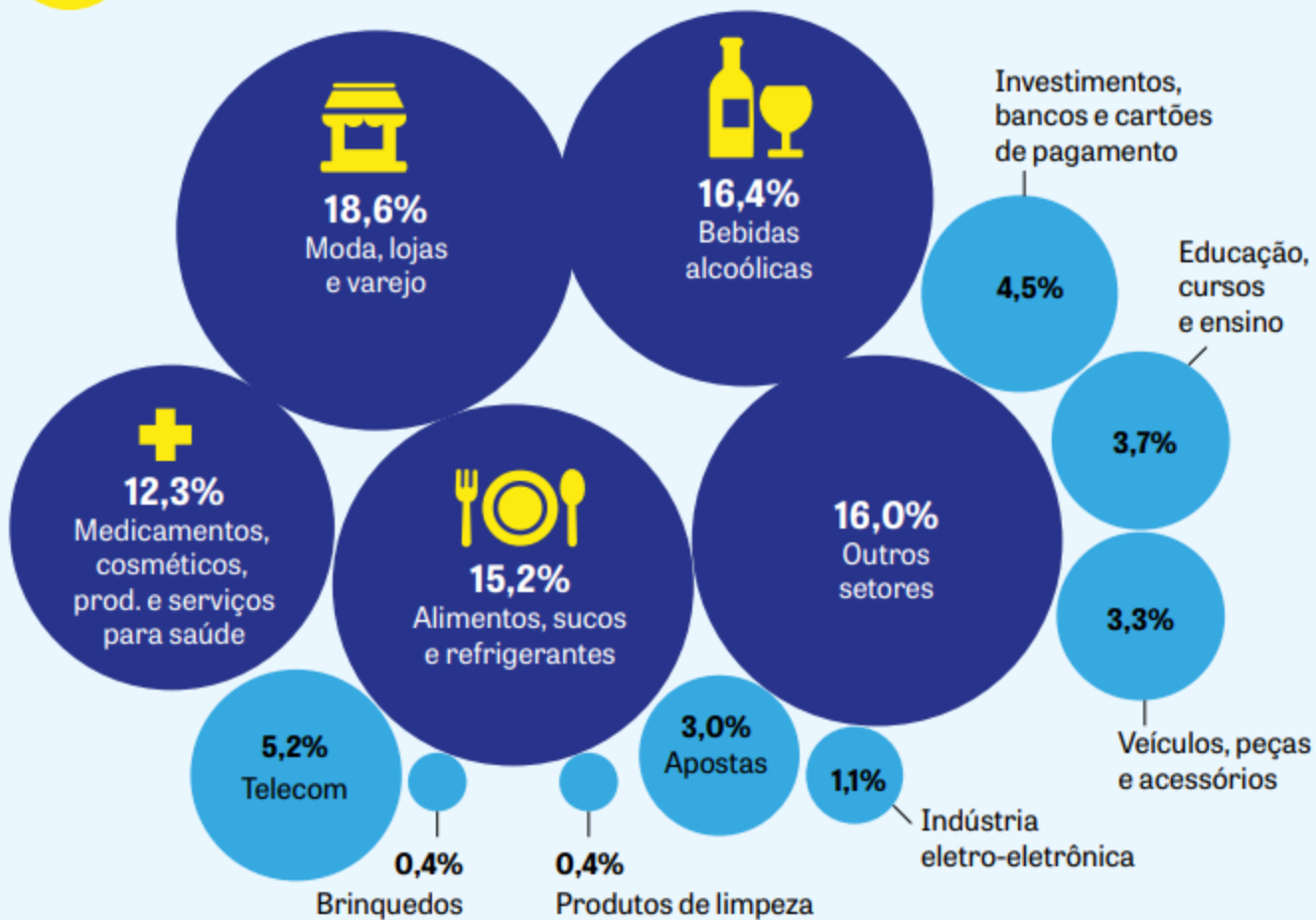
- CONAR
- ✓ Tipos de medio

Fuente:

<http://www.conar.org.br/pdf/conar224.pdf>



Processos Instaurados em 2023 (Setores Envolvidos)



- CONAR
- ✓ Moda y tiendas minoristas
- ✓ Bebidas alcohólicas
- ✓ Medicamentos y cosméticos
- ✓ Alimentos y refrescos.

CONAR: Cuestiones Controvertidas

➤ Afirmaciones de Superioridad

- ✓ Presentación real / veraz
- ✓ Comparación objetiva y científicamente verificable



Recl. 186/2021 – CONAR – **LA MEJOR**

CONAR: Cuestiones Controvertidas

- Afirmaciones de Superioridad
 - ✓ *Puffing – hipérbole evidente*
 - ✓ STJ, *Unilever v. Heinz*, RESP 1759745 (29/03/2023)
 - ✓ Percepción puramente subjetiva y exagerada



Nadie lo hace mejor que Heinz

CONAR: Cuestiones Controvertidas

- ✓ STJ, *Unilever v. Heinz*, RESP
1759745 (29/03/2023)
- ✓ La prohibición de “*venire contra
factum proprium*”

En cada caso un detalle...



La auténtica mayonesa (!?)

CONAR: Cuestiones Controvertidas

✓ *Puffing* + presentación real

- *Elimina el 99% de las bacterias*
- *Un aliento 3 veces más fresco*
- *Creo que hemos ido demasiado lejos...*



CONAR: Cuestiones Controvertidas

➤ Los *Influencers* y la publicidad

✓ Identidad de La Publicidad

- La publicidad de un producto o servicio;
- La remuneración o relación comercial, aunque no financiera; y
- La injerencia del Anunciante (control editorial)



Fuente:

http://www.conar.org.br/pdf/CONAR_Guia-de-Publicidade-Influenciadores_2021-03-11.pdf



➤ Los *Influencers* y la publicidad

- ✓ Uso de herramientas de plataformas digitales para la identificación;
- ✓ Uso de hashtags claras:
 - ✓ #publicidad (#Ad)
 - ✓ #anuncio
 - ✓ #asociación remunerada

CONAR: Cuestiones Controvertidas

- ✓ La Publicidad & IA
 - Volkswagen ID.Buzz (Kombi)
 - Elis Regina (1945-1982) y su hija Maria Rita (1977) cantan juntas por primera vez.
 - Tecnología “*Deepfake*”

CONAR: Cuestiones Controvertidas

➤ Rep. 134/23

- ✓ *si el uso de Elis en el anuncio fue respetuoso y ético, y (unánime)*
- ✓ *si la información explícita sobre el uso de dicha herramienta era necesaria para componer el anuncio. (mayoría 13-7)*



El nuevo ha vuelto

O Novo Sempre Vem

El Nuevo Siempre Llega

The New Always Comes

THANK YOU

Rafael Atab

Assistant Reporter General

r.atab@aippi.org