

Pedido de retorno sobre publicação de conteúdo pago por empresa de tabaco

Para: Bianca Feifel <biancafeifel@apublica.org>

Oi Bianca, tudo bem?

Segue abaixo o retorno do posicionamento do Estadão Blue Studio sobre publicação de conteúdo pago por empresa de tabaco.

Estamos à disposição.

Obrigada.

Chiara

1. Em 2018, o Estadão Blue Studio fez uma live patrocinada pela Philip Morris Brasil (PMB) em que é defendida a liberação dos dispositivos eletrônicos para fumar, sem co um texto jornalístico patrocinado pela mesma empresa reafirmando a fala dos convidados. De acordo com nota técnica emitida pela Anvisa, é vedada "a propaganda come outro produto fumígeno". O Estadão gostaria de se posicionar sobre isso?

O jornal sempre busca apresentar debates e temas que sejam de interesse público. Neste sentido, ainda que se trate de conteúdo patrocinado, a live teve por objeto discutir a regulam para fumar, além de outros aspectos sobre as potenciais alternativas representadas por essa tecnologia, tópico absolutamente relevante, como demonstram uma série de pesquisas sc crescente regulamentação em outros países. Assim, é importante ressaltar que não houve propaganda de produtos ou marcas específicas.

2. Qual foi o valor pago pela Philip Morris Brasil pela live e pelo texto?

Informações acerca dos acordos e contratações com clientes são confidenciais e fazem parte das políticas de sigilo e integridade de informações do jornal. No entanto, asseguramos q comerciais seguem as normas legais e éticas vigentes.

3. O texto foi feito pelo Estadão com aprovação do cliente (PMB), ou este já entregou o conteúdo pronto?

O conteúdo patrocinado é desenvolvido por nossa equipe interna, porém com colaboração do patrocinador. Apesar disso, a equipe de produção mantém o controle final sobre o conteu conformidade com nossos padrões éticos.

4. Como o jornal responde às críticas, feitas por especialistas ligados às políticas de controle de tabaco, de que tais publicações são publicidade irregular de cigarro?

É preciso esclarecer que a Lei nº 9.294/1996 proíbe a propaganda de produtos e não é disto que se trata aqui. O conteúdo em questão tratou, dentre outras coisas, sobre o debate ace eletrônicos no Brasil e não inclui em momento algum a promoção direta ou sequer a menção, direta ou indireta, a qualquer produto específico, seja do patrocinador ou de terceiros. De: propaganda de produtos. A live ocorreu tal qual previsto em Lei.

5. A publicação de conteúdo patrocinado por empresas de cigarro afeta a cobertura do veículo sobre o tema?

A integridade jornalística é primordial para o Estadão. Por esta razão, mantemos uma clara separação entre o conteúdo editorial e o conteúdo patrocinado, inclusive em relação às equ conteúdo. A produção de conteúdo patrocinado por empresas de determinado ramo não afeta a nossa cobertura editorial sobre o tema, feita de forma imparcial e baseada em fatos, co a dispositivos eletrônicos para fumar, inclusive.

Gerente de Atendimento




As informações contidas e as anexadas a esta comunicação podem ser confidenciais, legalmente privilegiadas ou ter a sua divulgação protegida de outra forma, sendo exclusivamente para uso de seu(s) destinatário(s). Se você não for o destinatário previsto desta comunicação, queira, por gentileza, excluir e destruir todas as cópias em seu poder, notifique o remetente que você recebeu esta comunicação por engano e esteja ciente de que a leitura ou a divulgação, bem como a adoção de qualquer ação baseada nesta comunicação estão expressamente proibidas.

As mensagens de e-mail podem conter vírus ou outros defeitos, não ser reproduzidas fielmente em outros sistemas ou ser interceptadas, excluídas ou interferidas sem o conhecimento do remetente ou do destinatário. A GIUSTI não assume nenhuma responsabilidade com relação a essas ocorrências. Esteja ciente de que a GIUSTI reserva-se o direito de interceptar, monitorar e reter mensagens de e-mail destinadas aos seus sistemas ou neles originadas, na medida do permitido pela legislação aplicável. Se você não se sente seguro com os riscos associados às mensagens de e-mail, poderá optar por não usá-las nas comunicações com a GIUSTI.

The information contained in and attached to this communication may be confidential, legally privileged, or otherwise protected from disclosure, therefore exclusively for the use of its recipient(s). If you are not the intended recipient of this communication, please kindly delete and destroy all copies in your possession, notify the sender that you received this communication in error and be aware that reading or disclosing, as well as taking any action based on this communication are expressly prohibited.

E-mail messages may contain viruses or other defects may not be faithfully reproduced on other systems, or may be intercepted, deleted or interfered without the knowledge of the sender or recipient. GIUSTI assumes no responsibility for these occurrences. Please be aware that GIUSTI reserves its right to intercept, monitor and retain email messages destined for, or originated from its systems, to the extent authorized by applicable law. If you are unsure of the risks associated with email messages, you may choose not to use email in your communications with GIUSTI.

[Texto das mensagens anteriores oculto]