



São Paulo, 6 de dezembro de 2018

À

Secretaria Nacional do Consumidor

A/c: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor

A/c: Ana Lucia Kenickel Vasconcelos

Esplanada dos Ministérios, Bloco T, 5º andar, sala 520

Brasília – DF

70064-900

Ref.: Processo Administrativo nº 08012.001668/2018-84. Estratégias comerciais abusivas direcionadas a crianças pela empresa McDonald's para a promoção do combo infantil McLanche Feliz.

Prezada Secretária Nacional do Consumidor Doutora Ana Lucia Kenickel Vasconcelos,

o **Instituto Alana** (docs. 1 a 3), por meio de seu programa **Criança e Consumo**, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, nos autos do processo administrativo em epígrafe instaurado em face da empresa *Arcos Dourados Comércio de Alimentos Ltda.* (“McDonald’s”), em razão do desenvolvimento de estratégias de comunicação mercadológica¹ direcionadas a crianças para a promoção do combo de produtos alimentícios com brinquedos McLanche Feliz, em evidente desrespeito à legislação vigente, apresentar dados e contribuições.

¹ O termo ‘comunicação mercadológica’ compreende toda e qualquer atividade de comunicação comercial para a divulgação de produtos e serviços independentemente do suporte ou do meio utilizado. Além de anúncios impressos, comerciais televisivos, *spots* de rádio e *banners* na internet, podem ser citados como exemplos: embalagens, promoções, *merchandising*, disposição de produtos nos pontos de venda, etc.

I. Instituto Alana e programa Criança e Consumo.

O **Instituto Alana** é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, que aposta em programas que buscam a garantia de condições para a vivência plena da infância. Criado em 1994, o **Instituto Alana** é mantido pelos rendimentos de um fundo patrimonial desde 2013 e tem como missão “honrar a criança” [www.alana.org.br].

Para divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas aos direitos da criança no âmbito das relações de consumo e perante o consumismo ao qual são expostas, assim como para apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes da comunicação mercadológica voltada ao público infantil, criou o programa **Criança e Consumo** [www.criancaeconsumo.org.br] em 2006.

Por meio do programa **Criança e Consumo**, o **Instituto Alana** procura disponibilizar instrumentos de apoio e informações sobre os direitos do consumidor nas relações de consumo que envolvam crianças e acerca do impacto do consumismo na sua formação, fomentando a reflexão a respeito da força que a mídia, a publicidade e a comunicação mercadológica dirigidas ao público infantil possuem na vida, nos hábitos e nos valores dessas pessoas ainda em formação.

As grandes preocupações do programa **Criança e Consumo** são com os resultados apontados como consequência do investimento maciço na mercantilização da infância, a saber: o consumismo e a incidência alarmante de obesidade infantil; a violência na juventude; insustentabilidade ambiental; a erotização precoce e irresponsável; o materialismo excessivo e o desgaste das relações sociais, dentre outros.

Nesse âmbito de trabalho, o **Criança e Consumo** defende o fim de toda e qualquer comunicação mercadológica que seja dirigida às crianças — assim consideradas as pessoas de até 12 anos de idade, nos termos da legislação vigente² —, a fim de, com isso, protegê-las dos abusos reiteradamente praticados pelo mercado.

II. A campanha ‘Abusivo Tudo Isso’.

Em julho de 2018, o **Criança e Consumo** lançou a campanha ‘Abusivo Tudo Isso’ contra o McDonald’s, em razão de prática publicitária abusiva e ilegal direcionada diretamente a crianças, caracterizada pela oferta e comercialização de brinquedos associados à venda de produtos alimentícios por meio do combo McLanche Feliz.

Inspirada em denúncia enviada por um cidadão do Distrito Federal ao Ministério Público, também contra essa estratégia comercial adotada pela rede de *fast food*, a campanha busca mobilizar pessoas a fazer o mesmo e exigir o fim da prática, por meio do envio de e-mails a esta I. Secretaria, com cópia para a empresa, pela plataforma online <http://www.abusivotudoisso.org.br> (doc. 4).

A participação social é fundamental para a luta pelos direitos da criança no Brasil e se valer deste tipo de campanha para engajar pessoas é trazer, à memória e à ação, esta centelha que uniu e ainda une a sociedade em torno da preservação da infância.



Denuncie a publicidade abusiva do McLanche Feliz

*Diante do incentivo ao consumismo infantil e hábitos alimentares não saudáveis, é hora de dizer:
#AbusivoTudoIsso*

Aconteceu em Brasília! Um cidadão, cansado de ver o McDonald's desrespeitar a lei e a infância ao anunciar e vender sanduíches com brinquedos, **denunciou a empresa ao Ministério Público.**

Inspirado por essa atitude, o Criança e Consumo convida você a também exigir o fim dessa prática. Mobilize-se com a gente enviando um e-mail para a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), com cópia para o McDonald's. E, claro, chame mais gente para participar, usando a #AbusivoTudoIsso em suas redes.

Imagem extraída da plataforma

Até o momento, a campanha 'Abusivo tudo isso' colheu assinaturas de mais de duas mil pessoas em todo o país² (doc. 5). Vozes que se somam a do **Criança e Consumo** pela proteção e garantia dos direitos das crianças frente aos apelos de uma indústria bilionária, que insiste em direcionar suas estratégias de marketing ao público infantil.

Em novembro de 2018, o programa **Criança e Consumo** tomou ciência da instauração de processo administrativo contra a empresa por este I. órgão, com o intuito de averiguar as práticas comerciais da rede de lanchonetes.

² Disponível em: <http://criancaeconsumo.org.br/abusivo-tudo-isso/>. Acesso em 4.12.2018 às 11h15.

Ao acolher os pedidos dessas pessoas, esta I. Secretaria Nacional do Consumidor se posiciona do lado da sociedade brasileira em favor da infância e, corajosamente, lidera essa difícil tarefa de proteger as crianças nas relações de consumo.

III. Abusividade e ilegalidade da comunicação mercadológica direcionada a crianças pelo McDonald's para a promoção do combo de lanche com brinquedos McLanche Feliz.

São adotados como fundamentos da presente manifestação os termos da denúncia anexa (doc. 6), que compõe os e-mails enviados a este I. órgão quando a plataforma recebe uma nova assinatura.

Ainda, visando contribuir com o procedimento administrativo instaurado por esta I. Secretaria Nacional do Consumidor, o programa **Criança e Consumo** requer a juntada dos demais documentos anexos, que apontam a necessidade de efetivação integral da legislação existente no Brasil, que proíbe a publicidade direcionada ao público infantil, e que compreendem a criança como pessoa em especial fase de desenvolvimento e, portanto, hipervulnerável nas relações de consumo:

(i) Parecer do Professor Bruno Miragem sobre a Constitucionalidade da Resolução nº 163 de 2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) (doc. 7);

(ii) Parecer do Professor Virgílio Afonso da Silva sobre a constitucionalidade da restrição da publicidade de alimentos e de bebidas não alcoólicas voltada ao público infantil (doc. 8); e

(iii) Pesquisa Datafolha encomendada pela ACT – Promoção da Saúde sobre iniciativas de regulação de alimentos ultraprocessados, realizada em agosto de 2016 com 2.573 pessoas de 160 municípios, na qual 72% das pessoas entrevistadas afirmaram ser contra a publicidade de refrigerantes para crianças; 64% de sucos industrializados e 60% afirmaram ser contrários a qualquer tipo de publicidade dirigida a crianças (doc. 9).

IV. Pedido.

O **Instituto Alana**, por meio de seu programa **Criança e Consumo**, entende que as estratégias de comunicação mercadológica descritas, praticadas pela empresa são abusivas e, portanto, ilegais, por desrespeitarem a prioridade absoluta e a hipervulnerabilidade da criança, em patente violação à legislação

vigente, como ao artigo 227 da Constituição Federal, artigos 4º, 5º, 6º, 7º, 17, 18 e 53 do Estatuto da Criança e do Adolescente, artigos 36, caput³, 37, §2º⁴, e 39, IV⁵, todos do Código de Defesa do Consumidor, Resolução nº 163 de 2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente e artigo 5º do Marco Legal da Primeira Infância⁶, que devem ser interpretados e aplicados conjunta e sistematicamente.

Diante do exposto, o **Criança e Consumo**, programa do **Instituto Alana**, requer a juntada aos autos das assinaturas de cidadãos brasileiros colhidas até o momento por meio da campanha 'Abusivo Tudo Isso', como também que este I. órgão siga atuando em defesa dos direitos de consumidores, especialmente crianças.

Atenciosamente,

**Instituto Alana
Criança e Consumo**

**Ekaterine Karageorgiadis
Coordenadora**

**Livia Cattaruzzi Gerasimczuk
Advogada**

**Ana Luiza Palmerio Procopio Silva
Acadêmica de Direito**

³ Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

⁴ Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

⁵ Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços.

⁶ Art. 5º Constituem áreas prioritárias para as políticas públicas para a primeira infância a saúde, a alimentação e a nutrição, a educação infantil, a convivência familiar e comunitária, a assistência social à família da criança, a cultura, o brincar e o lazer, o espaço e o meio ambiente, bem como a proteção contra toda forma de violência e de pressão consumista, a prevenção de acidentes e a adoção de medidas que evitem a exposição precoce à comunicação mercadológica.