

São Paulo, 05 de maio de 2016.	
P A R A :	A / C :
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE LICENCIAMENTO – ABRAL Avenida Rouxinol, 1.041, 11º andar, conjunto 1.108 São Paulo/SP CEP C.C. DANNEMANN, SIEMSEN ADVOGADOS Avenida Indianópolis, 757 São Paulo - SP CEP 04063-000	Representantes Legais da ABRAL e aos Drs. Joaquim Eugênio Goulart, José Henrique Vasi Werner e Rodrigo de Assis Torres Enviado por e-mail: jgoulart@dannemann.com.br ; jhwerner@dannemann.com.br ; ratorres@dannemann.com.br .
REF. :	
CONTRANOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL NOTÍCIAS VEICULADAS NO <i>SITE</i> CRIANÇA E CONSUMO.	

Prezados Senhores,

Na qualidade de advogados do **INSTITUTO ALANA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 05.263.071/0001-09, com sede na Rua Fradique Coutinho, 50, 11º andar, Pinheiros, São Paulo/SP (**Doc. 01**) (“Contranotificante”) vimos, por meio desta, **CONTRANOTIFICÁ-LOS formalmente do quanto a seguir exposto.**

Consoante missiva datada de 27 de abril último, V. Sas. promoveram a formal interpelação (“Notificação”) do Instituto Alana (“Contranotificante”), a fim de que, no prazo de 5 (cinco) dias, contados de seu recebimento, **(i)** removesse as matérias intituladas “Entenda a resolução que define abusividade da publicidade infantil”, de 17/04/2014, “Decisão histórica: STJ proíbe publicidade dirigida às crianças”, de 10/03/2016, “O que você precisa saber sobre a decisão do STJ”, de 15/03/2016, de todos os meios de divulgação em que foram publicadas¹, sob pena de serem tomadas as medidas judiciais cabíveis; **(ii)** publicasse nota de retratação, explicando os reais efeitos da decisão do STJ e a verdadeira eficácia da Resolução nº 163 do Conanda; **(iii)** abstivesse-se de refazer quaisquer outros comentários inverídicos sobre a decisão do STJ e a Resolução nº 163, do Conanda; **(iv)**

¹ Disponíveis no site <http://criancaeconsumo.org.br/noticias/> e redes sociais.

enviasse retratação a todas as entidades e indivíduos a quem foram disponibilizadas as referidas matérias.

Segundo a argumentação de V. Sas., a justificar os pedidos que evidenciam surpreendente apreço pelo autoritarismo e pela censura, o Contranotificante “*de maneira prematura e deturpada*” leva a crer em suas notícias que “*o STJ proíbe todo e qualquer tipo de publicidade infantil, afetando todos os segmentos comerciais*” e que a Resolução nº 163 do Conanda “*possui força normativa e vinculante*”, o que não seriam verdades.

Por discordância diametral das afirmações acima, passaremos nesta missiva a rebatê-las todas, para fins de prevenção de direitos e para prestigiar os princípios estatutários do Contranotificante.

I – DA CENSURA

V. Sas. pretendem com a referida notificação censurar o Contranotificante. Justificam tal absurdo com a esdrúxula tese de que as matérias veiculadas são “*tendenciosas*”, “*deturpadas*”, “*equivocadas*”, numa tentativa prodigiosa de inversão de valores, encobrindo interesses meramente comerciais de v. associados com cores de uma suposta defesa de um bem maior abstrato e difuso, com o qual exige contrapor direitos e garantias individuais tutelados pelo Notificado. Com esse expediente, pretendem que o Notificado se submeta às suas vontades, claramente em atividade censória, **incompatível** com o estado democrático de direito, com os fundamentos da livre iniciativa e com a liberdade de expressão. Toda e qualquer forma de censura foi **banida** do nosso ordenamento jurídico.

Assim é que a Constituição Federal assegura a livre manifestação do pensamento (art. 5º, IV), resguarda as liberdades de expressão inerentes à atividade intelectual e de comunicação (art. 5º, IX), não havendo qualquer possibilidade de se tolher a crítica jornalística, como prevê o artigo 220 (“a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição”). Portanto, concordem ou não V. Sas. com as manchetes e/ou teor das notícias veiculadas pelo Notificado, a Constituição Federal Brasileira permite e garante a livre manifestação de pensamento, bem como, repita-se, proíbe toda e qualquer forma de censura.

Não se ignora que caso se extrapole os limites das garantias constitucionais ora mencionadas, a lei estará presente e à disposição dos interessados para dela se valerem com o objetivo de pleitear a referida reparação, evidentemente, após um juízo de cognição

exauriente, em que se permita a realização de provas e o exercício da ampla defesa. No entanto, essa garantia de responsabilização não significa, em absoluto, a possibilidade de exercício de **censura prévia**, como pretendem V. Sas.

Para se concluir pela ilegalidade dos pedidos de V. Sas., desnecessário seria até a leitura das notícias veiculadas pelo Notificado, na medida em que qualquer pedido que crie embaraços à atividade de imprensa configura censura.

Em acréscimo, como será visto adiante, as manchetes e as notícias ora em debates são revestidas de veracidade, o que torna ainda mais grave, a ilegalidade dos pedidos de V. Sas.

II – DA LICITUDE DAS MATÉRIAS

Lamenta o Notificado a tentativa retórica de V. Sas. de pintá-lo com o verniz de má-fé para fazê-lo remover conteúdos lícitos. Apenas como argumento de reforço, a corroborar o descabimento das pretensões censórias de V. Sas. e a demonstrar que as notícias ora em debate constituem exercício responsável de liberdade de expressão por parte do Notificado, necessário que se faça um breve introito sobre o caso.

De antemão, vale destacar que o julgamento **histórico**² do Recurso Especial nº 1.558.086/SP tem sido amplamente divulgado pela imprensa, por sua própria relevância no cenário nacional e internacional³.

Pois bem. A Notificante se coloca como representante da indústria, no entanto, não se habilitou nos autos da Ação Civil Pública como “*amicus curiae*” a fim de externar suas razões em favor da publicidade infantil. Por sua vez, o Notificado foi admitido como “*amicus curiae*” na presente ação, em sede de recurso especial, a fim de defender a sua

² Como assim classifica o próprio STJ!

³ <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2016/03/11/Por-que-a-decis%C3%A3o-do-STJ-sobre-publicidade-infantil-%C3%A9-%E2%80%98hist%C3%B3rica%E2%80%99;>

Fonte: <http://www.etc.com.br/infantil/para-pais/2016/03/julgamento-historico-do-stj-proibe-publicidade-direcionada-criancas;> [http://www.brasilpost.com.br/2016/03/11/propaganda-infantil-proib_n_9438942.html;](http://www.brasilpost.com.br/2016/03/11/propaganda-infantil-proib_n_9438942.html)

[http://www.cartaeducacao.com.br/reportagens/batalha-contr-propaganda-ganha-forca/;](http://www.cartaeducacao.com.br/reportagens/batalha-contr-propaganda-ganha-forca/)[http://outraspalavras.net/posts/para-nao-reduzir-criancas-a-consumidores/;](http://outraspalavras.net/posts/para-nao-reduzir-criancas-a-consumidores/)

[http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2016/04/publicidade-infantil-deve-ser-proibida-sim.html;](http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2016/04/publicidade-infantil-deve-ser-proibida-sim.html) Fonte:

[http://www.ohoje.com.br/noticia/cultura/n/118105/t/ver-tv-discute-a-publicidade-dirigida-as-criancas-na-televisao;](http://www.ohoje.com.br/noticia/cultura/n/118105/t/ver-tv-discute-a-publicidade-dirigida-as-criancas-na-televisao) <http://www.etc.com.br/infantil/para-pais/2016/03/julgamento-historico-do-stj-proibe-publicidade-direcionada-criancas;> Fonte:

[http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI235576,101048-Julgamento+historico+STJ+proibe+publicidade+dirigida+as+criancas;](http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI235576,101048-Julgamento+historico+STJ+proibe+publicidade+dirigida+as+criancas) entre inúmeras outras.

missão estatutária de “honrar a criança”.

Naquele foro de debates externou suas posições de forma democrática e conforme regras claras consagradas em lei. O Notificado apresentou manifestação, esteve no julgamento, sustentou oralmente e ouviu cada voto dos ministros. A publicação do acórdão somente corrobora o que se ouviu no julgamento do recurso especial e foi fielmente reproduzido nas notícias repudiadas por V. Sas.: a **DUPLA ABUSIVIDADE** da publicidade.

Pergunta-se: porque dupla? A própria ementa do acórdão responde: “***Primeiro***, por se tratar de anúncio ou promoção de venda de alimentos direcionada, direta ou indiretamente, às crianças. ***Segundo***, pela evidente “venda casada”, ilícita em negócio jurídico entre adultos e, com maior razão, em contexto de marketing que utiliza ou manipula o universo lúdico infantil (art. 39 I, do CDC).” (destacamos).

É evidente que o acórdão não está tratando de um caso “tão somente de venda casada”, proibido pelo CDC, como querem fazer crer V. Sas.. Vejam o trecho do acórdão, que deixa claro que o **marketing por si só dirigido às crianças é abusivo**:

“DO MARKETING ABUSIVO DIRIGIDO ÀS CRIANÇAS

É abusivo o marketing (publicidade ou promoção de venda) de alimento dirigido, direta ou indiretamente, às crianças. A decisão de compra e consumo de gêneros alimentícios, sobretudo em época de crise de obesidade, deve residir com os pais. Daí a ilegalidade, por abusivas, de campanhas publicitárias de fundo comercial que utilizem ou manipulem o universo lúdico infantil (art. 37, §2º, do Código de Defesa do Consumidor).”

Aliás, somente após o tópico “DO MARKETING ABUSIVO DIRIGIDO ÀS CRIANÇAS”, o Ministro Relator Humberto Martins trata da questão da venda casada da publicidade da Pandurata Alimentos Ltda.. Ou seja, por unanimidade, a 2ª Turma do STJ entendeu que a publicidade (i) é abusiva por se tratar de promoção de venda de alimentos direcionada às crianças, sob o fundamento do art. 37, §2º, CDC e (ii) é abusiva por se tratar de venda casada, em razão da proibição legal do art. 39, I, do CDC.

Propositadamente V. Sas. omitiram estas passagens do acórdão em sua notificação. Preferiram ressaltar um trecho do voto da Exa. Ministra Assusete Magalhães, para concluir que o Notificado “passou uma visão parcial e incorreta da informação real a seus leitores”, pois “o que o Superior Tribunal de Justiça decidiu foi tão somente um caso concreto de venda casada, confirmando o entendimento do Tribunal de Justiça de São Paulo em condenar uma única empresa a cessar tal ato considerado abusivo”. Aliás, a Ministra

acompanhou o voto do Relator, portanto, também concluiu pela dupla abusividade da publicidade.

Ora, se fosse “*tão somente*” um caso típico de venda casada, proibido expressamente pelo CDC, por qual motivo os ministros tratariam a publicidade de forma duplamente abusiva? Não bastaria que se vedasse a publicidade pela expressa proibição do art. 39, I, do CDC?

No entanto, o acórdão foi adiante. Deixou claro que não se trata apenas da venda casada, mas como expresso na **ementa do acórdão: POR SE TRATAR DE ANÚNCIO OU PROMOÇÃO DE VENDA DE ALIMENTOS DIRECIONADA, DIRETA OU INDIRETAMENTE, ÀS CRIANÇAS.**

O CDC é claro ao **PROIBIR** toda publicidade enganosa ou abusiva⁴. Ora, se o STJ entendeu que é abusiva a publicidade dirigida às crianças, por própria interpretação do CDC, a publicidade infantil é proibida.

Obviamente que a conclusão alcançada vale, por ora, para à publicidade específica da PANDURATA. No entanto, não se pode ignorar que tal julgado deve influenciar as decisões que serão dadas em casos semelhantes, seja pelo próprio STJ, como também por tribunais estaduais e juizes de 1ª instância, e demais órgãos que têm autoridade para efetivamente fiscalizar ou coibir os abusos publicitários. Tanto é que a Ministra Assusete Magalhães apontou que se trata de um caso paradigmático no âmbito do STJ e recomendou a sua divulgação, em face de sua relevância⁵.

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

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 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.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (Vetado).

⁵ “Quero cumprimentar os ilustres advogados e também o eminente Subprocurador-Geral da República pelas sustentações orais sobre um tem – como já se adiantou aqui – **paradigmático, no âmbito do Superior Tribunal de Justiça.**

(...)

Não tenho dúvida em acompanhar o eminente Relator, cumprimentando-o pela excelência do voto, cujo resultado de julgamento já se encaminha para uma maioria, **de tal sorte que fica recomendado, ao Serviço de Comunicação do Tribunal, que proceda à divulgação deste julgamento, em face de sua relevância.**” (destacamos)

Ademais, apenas a título de esclarecimento, o julgado utilizado como exemplo de V. Sas. de discussão da legalidade da publicidade infantil⁶, tendo como conclusão que “*não tendo o Poder Legislativo formulado norma proibindo a publicidade infantil, não pode o Judiciário fazê-lo, sob pena de afronta a princípios constitucionais fundamentais*”, **é anterior a Resolução nº 163, do CONANDA, que expressamente considera abusiva toda publicidade dirigida às crianças que tiver o intuito de persuadir as crianças ao consumo de produtos ou serviços.**

Tampouco se trata a referida resolução de “*uma orientação para a política nacional de atendimento dos direitos da criança e do adolescente, sem qualquer caráter vinculante para os entes privados*”. Como explicado na notícia, a qual V. Sas. desejam seja censurada, a resolução tem sim força normativa e vinculante e deve ser seguida por todos os agentes sociais e estatais.

Vale repetir o entendimento da matéria: “*a força de uma Resolução de um Conselho Nacional ligado ao Poder Executivo, como o Conanda, é a atuação do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama), o qual editou inúmeras Resoluções vigentes e vinculantes para toda a sociedade, em especial a Resolução n. 237, que determinou as normas, atribuições, funções e competências para o licenciamento ambiental, o qual intervém fortemente nas atividades empresarias de exploração do meio ambiente. Ainda, em discussão travada no Supremo Tribunal Federal (STF) acerca da validade da Resolução n. 7 do CNJ, que proibiu a prática do nepotismo no Poder Judiciário, o Plenário decidiu veementemente pela legitimidade e competência do Conselho Nacional para editar Resoluções, posto que elas são consideradas atos normativos primários.*”

Aliás, repita-se, a Constituição Federal assegura a livre manifestação do pensamento, concordem ou não V. Sas. com o conteúdo das matérias, as quais V. Sas. pleiteiam sejam censuradas!

Por fim, é fato que se as notícias atentassem contra a honra, intimidade, reputação, conceito, nome, marca ou imagem de pessoa jurídica ou física identificada ou passível de identificação⁷, de rigor a aplicação do direito de resposta. No entanto, como se viu, não há ilicitude alguma nas notícias, que consistem em matérias meramente descritivas e verdadeiras; há, inclusive, inegável interesse público na divulgação de seu conteúdo.

⁶ Ação Civil Pública nº 0029619-23-2010.8.26.0002.

⁷ Artigo 2º, §1º, da Lei nº 13.188, de 11 de novembro de 2015.

III – CONCLUSÃO.

Desta forma, considerando-se que o pleito de V. Sas. não encontra guarida em qualquer dispositivo legal ou constitucional, o Notificado não atenderá aos pedidos encerrados na Notificação em referência.

Sendo o que havia para o momento, colocamo-nos à disposição para eventuais esclarecimentos complementares que ainda se façam necessários e mantemo-nos sempre abertos ao diálogo, caso seja interesse de V. Sas.

Atenciosamente,



Leo Wojdyslawski
OAB/SP 206.971



Juliana Santos Vilela
OAB/SP 234.477