



São Paulo, 11 de agosto de 2009

À

Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON

A/c: Diretoria Jurídica

Centro Integrado de Cidadania - CIC (Casa do Cidadão)

Av. Maruípe, 2544, Maruípe

Vitória - ES

29045-230

Ref. Publicidade abusiva - Nutrigás.

Ilustre Representante da Fundação PROCON,

o **Instituto Alana** vem, por meio desta, oferecer apoio à ação realizada por esta entidade, de combate à estratégia de comunicação mercadológica¹ dirigida ao público infantil desenvolvida pela empresa Nutrigás S/A (“Nutrigás”).

¹ De acordo com o Substitutivo ao Projeto de Lei 5921/01, aprovado em 9.7.2008, na Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara dos Deputados, 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 vendas, etc.

O **Instituto Alana** é uma organização sem fins lucrativos que desenvolve atividades educacionais, culturais, de fomento à articulação social e de defesa dos direitos da criança e do adolescente no âmbito das relações de consumo e perante o consumismo ao qual são expostos (www.institutoalana.org.br).

Para divulgar e debater idéias sobre as questões relacionadas ao consumo de produtos e serviços por crianças e adolescentes, assim como para apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes do *marketing* voltado ao público infanto-juvenil criou o **Projeto Criança e Consumo** (www.criancaeconsumo.org.br).

Por meio do **Projeto 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 adolescentes e acerca do impacto do consumismo na sua formação, fomentando a reflexão a respeito da força que a mídia e o *marketing* infanto-juvenil possuem na vida, nos hábitos e nos valores dessas pessoas ainda em formação.

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

A equipe do **Projeto Criança e Consumo** tomou conhecimento da veiculação de comercial televisivo da empresa Nutrigás S/A, em que crianças são mostradas dançando juntamente com um botijão de gás, em animação.

Conforme notícia veiculada em 10.7.2009, este Ilustre PROCON determinou a suspensão da veiculação desta publicidade². Em atenção a este fato, o **Projeto Criança e Consumo** vem manifestar seu apoio a esta ação, considerando que o filme publicitário ora debatido é abusivo e portanto ilegal, conforme preconizado pela legislação pátria.

A publicidade de Nutrigás se dirige diretamente ao público infantil, na medida em que apresenta crianças dançando e objetos e cenários em animação. Estes recursos facilitam a pronta identificação das crianças com o conteúdo veiculado, o que se torna ainda mais preocupante se considerado que o produto anunciado não deve ser manuseado por crianças, por ser extremamente perigoso.

Não bastasse isso, é importante notar que toda publicidade dirigida a crianças é ilegal, consoante a interpretação sistemática da Constituição Federal, do Estatuto da Criança e do Adolescente, da Convenção das Nações

²http://gazetaonline.globo.com:80/_conteudo/2009/07/110145-procon+manda+nutrigas+retirar+propaganda+do+ar.html. Acesso em 10.7.2009.

Unidas sobre os direitos da Criança e do Código de Defesa do Consumidor, tese já amplamente divulgada na doutrina nacional (doc. 1).

Neste sentido, o **Projeto Criança e Consumo** tem buscado debater a temática da publicidade dirigida a crianças, produzindo materiais de apoio a educadores (docs. 2 e 3), promovendo fóruns de discussão (doc. 4) e auxiliando na divulgação de conteúdos que promovam uma reflexão acerca dos impactos do direcionamento de comunicação mercadológica aos pequenos (doc. 5).

Ante esta consistente atuação, nossa equipe coloca-se desde já à disposição desta Ilustre Instituição para contribuir no que for necessário para o andamento do caso em tela.

Atenciosamente,

Instituto Alana

Projeto Criança e Consumo

Isabella Vieira Machado Henriques
Coordenadora
OAB/SP nº 155.097

Tamara Amoroso Gonçalves
Advogada
OAB/SP nº 257.156