



São Paulo, 9 de novembro de 2009

À  
**Cinemark Brasil S.A.**  
**A/C Departamento de Relações Institucionais / Corporativas**  
Av. Dr. Chucri Zaidan 920, 2º andar, torre Vila Cordeiro  
São Paulo - SP  
04583-906

**Ref.: Contato institucional e solicitação de apoio.**

Prezados Senhores,

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](http://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 da comunicação mercadológica voltada ao público infanto-juvenil criou o **Projeto Criança e Consumo** [[www.criancaeconsumo.org.br](http://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 a comunicação mercadológica infanto-juvenil possuem na vida, nos hábitos e nos valores dessas pessoas ainda em formação (doc. 1).

Por conta do âmbito de atuação do Projeto e pelo fato de a *Cinemark Brasil S.A.* ser um importante veículo de difusão cultural cinematográfica, o **Instituto Alana** vem solicitar o apoio de V.Sas. ao combate à mercantilização da infância como uma das formas de se efetivar a doutrina de proteção integral e especial da criança.

Para tanto, o **Instituto Alana** coloca à disposição de V.Sas. as vinhetas do Projeto Criança e Consumo da Campanha ‘Pare. Pense!’ (doc. 2) – cuja finalidade é despertar a atenção da relação da infância com comportamentos ligados ao consumismo e outros temas como a violência, erotização precoce, transtornos alimentares, estresse familiar e alcoolismo na infância –, para que, uma vez aceito o convite de apoio, sejam veiculadas nas salas de cinemas da Rede.

Cumprе ressaltar, a propósito, que o público-alvo dessas vinhetas é constituído de pessoas maiores de 12 anos, as quais possuem condições para realizar com autonomia um pensamento crítico sobre as influências externas. O que torna a veiculação dessas vinhetas adequadas a filmes com classificação indicativa superior a 12 anos de idade.

Sobre isso, aproveita-se o ensejo para destacar a necessidade de se restringir também a publicidade para o público menor de 12 anos (doc. 3), crianças, antes de filmes cuja classificação indicativa seja livre ou própria para tal público— posto que as crianças, por estarem ainda em desenvolvimento bio-psíquico, são hipervulneráveis e não conseguem reagir de maneira proporcional aos apelos publicitários veiculados em *trailers* apresentados anteriormente aos filmes.

Assim, o **Instituto Alana** por meio de seu **Projeto Criança e Consumo** vem colocar-se à disposição de V.Sas. para detalhar melhor suas ações e preocupações, inclusive por meio de um contato presencial, a fim de prestar suas contribuições para a proteção da infância no âmbito das relações de consumo.

Atenciosamente,

**Instituto Alana**  
**Projeto Criança e Consumo**

Isabella Vieira Machado Henriques  
Coordenadora Geral

Pedro Affonso Duarte Hartung  
Acadêmico de Direito