

Barueri, 4 de fevereiro de 2010.

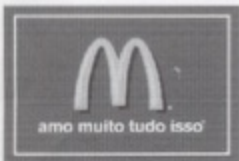
INSTITUTO ALANA
PROJETO CRIANÇA E CONSUMO

A/C ISABELLA VIEIRA MACHADO HENRIQUES

REF: ACUSAÇÃO DE PUBLICIDADE ABUSIVA E VENDA CASADA

Prezados Senhores,

1. Fazendo referência à sua notificação datada de 11.1.2010, enviada à Arcos Dourados Comércio de Alimentos Ltda. ("McDonald's") ("Notificação"), o McDonald's vem apresentar os seguintes esclarecimentos.
2. O McDonald's compartilha da preocupação do Instituto Alana com a proteção dos consumidores e, especialmente, das crianças e adolescentes. Da mesma forma, o McDonald's reconhece a importância de uma alimentação saudável e equilibrada, como um dos elementos essenciais a uma sadia qualidade de vida.
3. Nessa linha, o McDonald's disponibiliza aos seus clientes um diversificado cardápio, oferecendo opções de alimentação que vão muito além da percepção usual que se tem de *fast food*, como é o caso das saladas, *wraps*, iogurte, água de coco, sucos de frutas, maçã *in natura* e cenouras comercializadas em seus restaurantes.
4. Além disso, há mais de quatro anos o McDonald's divulga, em seus restaurantes, a composição nutricional dos alimentos que integram seu cardápio, em respeito ao direito à informação do consumidor. Com efeito, o McDonald's é um dos poucos restaurantes do Brasil que garantem ao consumidor o direito de conhecer exatamente a composição nutricional dos alimentos que adquirem, possibilitando, assim, uma escolha consciente do consumidor para que faça uma refeição saudável e balanceada. Tais informações são divulgadas nas lâminas de bandeja, Internet, guias e tabelas nutricionais.
5. Especialmente no que se refere às crianças, o McDonald's mantém espaços próprios em seus restaurantes para melhor atender a esse público, garantindo um ambiente acolhedor e adequado às necessidades das crianças.



6. Também as publicidades veiculadas pelo McDonald's estimulam a prática de exercícios físicos e hábitos relacionados a uma vida saudável. Nesse sentido, até mesmo os shows do personagem Ronald McDonald e do "Mundo Feliz do Ronald" (shows realizados nos restaurantes ou em locais pré-agendados, para entreter as crianças) apresentam constantemente como tema a importância de uma vida saudável.
7. Feitos esses esclarecimentos, o McDonald's discorda veementemente das premissas e conclusões apresentadas na Notificação.
8. De fato, não existe qualquer norma em vigor que proíba a publicidade de produtos para crianças, de brinquedos ou alimentos. No que se refere especificamente às campanhas publicitárias mencionadas na Notificação, trata-se de peças publicitárias que utilizam uma linguagem jovem e moderna, com cores e cenários alegres e descontraídos, perfeitamente adequadas aos produtos que divulgam.
9. As campanhas adotaram uma linguagem compatível com os produtos divulgados, apenas para chamar a atenção dos pais e responsáveis para os produtos destinados ao público infantil, comercializados nos restaurantes do McDonald's.
10. Ainda porque, a Notificação não foi capaz de indicar qual seria a norma legal violada pelas campanhas publicitárias divulgadas pelo McDonald's. Nesse sentido, a notificação cita genericamente a Constituição Federal e o Estatuto da Criança e do Adolescente, os quais nada tratam quanto à publicidade de produtos para crianças.
11. Aqui, cumpre destacar uma vez mais que o McDonald's não discorda do entendimento do Instituto Alana de que a criança é um indivíduo em desenvolvimento e que, como tal, deve ser objeto de integral proteção do Estado, da família e da sociedade.
12. O que o McDonald's não aceita, e com o que não pode concordar, é que sua campanha publicitária seja acusada de abusiva pelo simples fato de que o Instituto Alana entende, de forma absolutamente subjetiva e contrária aos dispositivos do próprio Código de Defesa do Consumidor, que toda e qualquer publicidade de produtos para crianças seja abusiva.
13. Como a própria notificação reconhece, o Código de Defesa do Consumidor até mesmo admite a existência de publicidade de produtos para crianças, apenas ressalvando que tal publicidade não deve se valer da falta de experiência e deficiência de julgamento da criança.

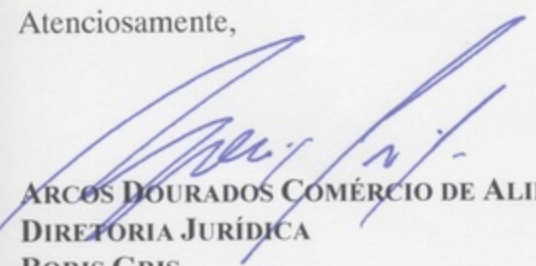


14. Entretanto, não há qualquer elemento nas campanhas publicitárias do McDonald's que pudesse ser entendido como abuso da inexperiência ou deficiência de julgamento da criança. Trata-se de peças publicitárias positivas, claras e informativas, que expõem de forma transparente os produtos comercializados nos restaurantes do McDonald's.
15. O McDonald's discorda, especialmente, da premissa adotada na Notificação no sentido de que os alimentos comercializados pelo McDonald's seriam prejudiciais à saúde dos consumidores. Tal premissa reflete uma visão preconceituosa e desinformada quanto aos alimentos comercializados pelo McDonald's, decorrente da visão leiga e deturpada que se tem de empresas que atuam no segmento de *fast food*.
16. Como é notório e pode ser confirmado por qualquer especialista, os nutrientes existentes em sanduíches e lanches são os mesmos existentes nos demais alimentos, sejam carnes, grãos ou massas. Nesse sentido, o corpo humano não difere se o nutriente ingerido proveio de um sanduíche ou de um filé, por exemplo.
17. Logo, a associação entre os alimentos comercializados no McDonald's e uma dieta prejudicial à saúde é absolutamente indevida. Assim como o indivíduo pode realizar uma refeição altamente saudável apenas com os alimentos comercializados no McDonald's, também pode consumir muito mais gorduras e calorias ao se alimentar à base de carnes, massas e grãos do que comendo um sanduíche do McDonald's, por exemplo.
18. Não fosse isso o bastante, fato é que o McDonald's adota rígidos padrões de qualidade e higiene, seguidos rigorosamente em seus restaurantes e por seus fornecedores. Ao realizar uma refeição no McDonald's, o consumidor está ciente da qualidade e higiene dos alimentos ingeridos e da sua forma de preparo.
19. Desnecessário citar que, sob essa perspectiva, a alimentação feita nos restaurantes do McDonald's é até mais favorável para os consumidores do que refeições realizadas em bancas de rua e estabelecimentos que não mantêm qualquer controle de qualidade e higiene dos produtos, ainda que não sejam considerados *fast food*.
20. Por tudo isso, o McDonald's não pode concordar com a premissa da Notificação de que os produtos que comercializa seriam prejudiciais à saúde dos consumidores em geral e das crianças em especial.
21. Ainda, o McDonald's não concorda com as infundadas acusações de que suas campanhas estimulariam o consumo excessivo de alimentos ou que implicariam uma suposta venda casada.
22. Quanto aos brinquedos, é natural que as campanhas apresentem todos os modelos disponíveis, até para que o consumidor seja informado quanto a todos os diferentes produtos comercializados nos restaurantes do McDonald's.



23. Não obstante, em nenhum momento as campanhas afirmam ou sugerem que o consumidor deveria adquirir todos os brinquedos disponíveis, ou mesmo que o consumidor seria mais feliz ou bem sucedido caso adquirisse um número maior de produtos.
24. Da mesma forma, a grave acusação de venda casada é totalmente infundada. É fato notório que todos os produtos comercializados pelo McDonald's podem ser adquiridos isoladamente, inclusive os brinquedos.
25. De certo, o McDonald's não condiciona a venda de qualquer produto à aquisição de outro, assim como não limita de qualquer forma o acesso ao consumo. Logo, não existe qualquer fundamento que ampare a infundada acusação de prática de venda casada.
26. Considerando que o Instituto Alana disponibiliza cópia das notificações que envia em seu *site* na internet, assim como que divulga seu conteúdo a jornais e outros meios de comunicação, o McDonald's recomenda que esse Instituto se cerque de maiores cuidados e procure obter informações mais precisas junto aos fornecedores antes de divulgar acusações infundadas e extremamente graves, como essas.
27. Como é do conhecimento do Instituto Alana, não raras vezes as acusações feitas e noticiadas aos órgãos competentes são investigadas exaustivamente e se conclui pela sua completa insubsistência. Nesse sentido, cite-se a ação civil pública ajuizada pelo Ministério Público Federal contra o McDonald's e outras empresas, pretendendo a proibição da venda de brinquedos nos restaurantes. Tal ação, fundada em uma representação formulada pelo Instituto Alana com base nos mesmos argumentos apresentados na Notificação, teve negada a antecipação de tutela requerida, em decisão fundamentada que nem mesmo foi objeto de recurso pelo Ministério Público Federal. Curiosamente, tal decisão, proferida há meses, não foi disponibilizada no *site* do Instituto Alana.
28. Por fim, considerando as equivocadas premissas constantes da notificação de 11.1.2010, o McDonald's, com o intuito de sempre bem atender os consumidores e as associações que visam sua tutela, convida o Instituto Alana a conhecer o local onde são preparados os alimentos que serão distribuídos aos restaurantes e vendidos aos consumidores. Nessa oportunidade, poderá ser feita, ainda, uma apresentação por um especialista que esclareça as características dos alimentos comercializados pelo McDonald's e as razões pelas quais esses alimentos jamais poderiam ser vistos como prejudiciais à saúde dos consumidores.

Atenciosamente,


ARCOS DOURADOS COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA.
DIRETORIA JURÍDICA
BORIS GRIS