

Santa Cruz do Sul/RS, 28 de Março de 2013.

Ao
INSTITUTO ALANA

Rua Fradique Coutinho, n.º 50,
11º andar, Pinheiros, São Paulo
– SP, CEP 05416-000.


Referência: **Resposta à Notificação sobre
“Estratégias abusivas de
comunicação mercadológica
dirigidas ao público infantil”.**

Prezados(as) Senhores(as):

XALINGO S/A INDÚSTRIA E COMÉRCIO, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob n.º 95.425.534/0001-76, com sede na BR 471 – Km 129, cidade de Santa Cruz do Sul/RS, vem, à presença de Vossas Senhorias, em consideração, respeito e apreço ao objetivo das atividades desenvolvidas pelo Instituto Alana, prestar as devidas informações acerca do produto **“Teacup Piggies”** e sua respectiva publicidade, bem como realizar relevantes esclarecimentos, o fazendo nos termos seguintes:

Inicialmente, faz-se importante destacar que nossa empresa trabalha continuamente aplicando os mais elevados padrões de qualidade e segurança em nossos produtos. Da mesma forma, busca sempre promover a melhor comunicação junto aos seus consumidores, pautada pela ética e pela responsabilidade.

Nesse sentido, causa surpresa a Notificação ora respondida, não pelo seu objetivo final – proteção à criança – sempre nobre, mas pelos seus fundamentos, dos quais pedimos vênica para discordar, conforme abaixo explicitado, na esperança de que Vossas Senhorias reflitam sobre o caso e reconsiderem a solicitação final de cessação da publicidade questionada.



I – Informações sobre o produto “Teacup Piggies” e sua publicidade:

O produto “Teacup Piggies”, objeto da Notificação realizada, é comercializado em escala mundial. O seu respectivo comercial, por sua vez, é também exibido mundialmente, apenas adaptando-se a linguagem (tradução) para cada país (veja, por exemplo, o comercial nos Estados Unidos – <http://www.youtube.com/watch?v=snmh-qAaKel>).

No Brasil, o comercial na televisão teve sua veiculação realizada durante período pré-determinado e não está mais sendo veiculado desde 25 de dezembro de 2012.

Assim, a publicidade do produto “Teacup Piggies” é atualmente constituída pelo comercial constante no site *Youtube*, bem como pelas informações no site do produto vinculado à empresa, cujas visualizações dependem da procura específica do consumidor pelo respectivo vídeo ou site.

Ou seja, além de não haver a alegada abusividade (conforme tópico abaixo), não se trata de publicidade diretamente exposta às crianças, na medida em que a via disponível para acesso à mesma é apenas a internet. Portanto, em princípio, somente com a autorização/supervisão dos pais ou responsáveis é que as crianças chegarão até o vídeo no *Youtube* ou ao próprio site do produto. Não há irregularidade e/ou abusividades, seja no tocante ao conteúdo da publicidade, seja no que se refere a sua forma de veiculação.

II – Esclarecimentos relevantes:

Adentrando mais especificamente nos fundamentos expostos na Notificação para indicar a abusividade da publicidade do produto em questão, vejamos:



Nos termos do item III (pág. 08) da Notificação, conclui-se que a suposta abusividade da publicidade da linha "Teacup Piggies" está pautada na utilização de uma "*linguagem simples exposta na música, cenário colorido e interação entre atrizes-mirins e os brinquedos*", o que traduziria um universo infantil apelativo às crianças.

Com o máximo e devido respeito, a tentativa de caracterizar um comercial de **BRINQUEDOS** como abusivo com base nestes fundamentos **não se mostra razoável e foge ao bom senso, na medida em que o universo dos brinquedos é justamente o universo infantil. É neste universo infantil, naturalmente colorido e interativo, que tais brinquedos serão utilizados.**

Veja-se que todos os comerciais de brinquedos ou produtos infantis utilizam linguagem lúdica, não de forma apelativa, mas apenas para situar o produto no cenário real em que está inserido, qual seja, o universo infantil. Brinquedo significa alegria, entretenimento, não há como ser diferente!

Verifica-se também que, nos termos da Notificação, a apresentação detalhada das porquinhas, com seus nomes e características, não causaria interesse aos pais ou adultos responsáveis, mas apenas às crianças. Como afirmar isso quando a apresentação realizada se destina justamente à demonstração das características do produto? Trata-se de uma visão equivocada e unilateral em relação ao comercial veiculado.

O comercial configura uma apresentação detalhada do produto, demonstrando fielmente suas características, jamais iludindo a respeito de movimentos e falas.

Ainda no tocante ao cenário lúdico, cumpre referir que, sabidamente, o universo infantil é repleto de sonhos. No entanto, o que se extrai da Notificação realizada é, salvo melhor juízo, que um brinquedo não pode estimular sonhos e contribuir positivamente com o imaginário das crianças.

Todo produto deve possuir nome e características próprias. Não há história pronta, há sim elementos definidos que contribuem positivamente para o universo de imaginação a ser desenvolvido pelas crianças. Novamente se conclui pela inconsistência da Notificação.

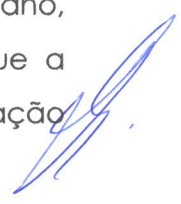
Cumpra esclarecer também que em nenhum momento ocorre qualquer espécie de vinculação entre brindes e compras, como aparentemente procura sustentar a Notificação. Desnecessários maiores desdobramentos a este respeito, diante da evidente inexistência de qualquer oferta vinculada a brindes.

No que diz respeito ao consumismo e erotização precoce supostamente promovidos pela publicidade do produto "Teacup Piggies", mais uma impropriedade constante na Notificação.

A alegação de que se estaria a promover o comportamento consumista em virtude do oferecimento não de apenas um produto, mas de uma linha inteira que se complementa, fere novamente a razoabilidade e o bom senso. Ora senhores, a prevalecer esta incoerente alegação, estaríamos privilegiando o individualismo, pois cada criança teria que brincar sozinha! A linha de produtos diversificada serve justamente para promover a integração entre as crianças.

Veja-se que cada criança pode comprar a porquinha que mais lhe agrada, para, então, interagir e brincar com outras amiguinhas que possuem outras porquinhas. Esse é o intuito da linha "Teacup Piggies", interação entre as crianças.

Quanto à suposta erotização precoce promovida pela publicidade realizada, importa evidenciar que o comercial reflete uma cena do cotidiano, em que amigas estão brincando. Em nenhum momento se afirma que a menina legal e bonita é aquela que se arruma. Não há preocupação



excessiva com as aparências no comercial, que apenas reflete um mundo de sonhos e fantasia para as porquinhas.

Pelo contexto que se apresenta, ao contrário do que tenta caracterizar a Notificação, a publicidade ora questionada não fere qualquer dispositivo legal. Pode-se dizer, inclusive, que a Notificação recebida é que fere a livre iniciativa privada e a própria concorrência com as demais empresas do setor, na medida em que procura restringir a publicidade de um produto sem a necessária fundamentação consistente para tanto.

Em resumo, o entretenimento supostamente utilizado de forma abusiva na publicidade é algo que faz parte do universo infantil. Brinquedo é sinônimo de entretenimento! Não há como ser diferente! Não há como fazer publicidade de um brinquedo e demonstrá-lo aos consumidores sem utilizar o entretenimento, pois, sem ser repetitivo, brinquedo é diversão!

III – Conclusão:

Ante as considerações acima, em que pese o já mencionado respeito e apreço ao objetivo das atividades do Instituto Alana, entendemos que a Notificação realizada não merece prosperar, por ausência de fundamentos consistentes, os quais não refletem a realidade dos fatos e configuram, assim, uma visão equivocada acerca da publicidade questionada.

Ficamos à disposição para quaisquer esclarecimentos adicionais.

Certos de sua compreensão e na esperança de que Vossas Senhorias reconsiderem os termos da Notificação efetuada, subscrevemo-nos.

Atenciosamente,



XALINGO S/A INDÚSTRIA E COMÉRCIO