

PINHEIRONETO

A D V O G A D O S

São Paulo

R. Hungria, 1.100
01455-906
São Paulo, SP
t. +55 (11) 3247 8400
f. +55 (11) 3247 8600
Brasil

Rio de Janeiro

R. Humaitá, 275 . 16º andar
22261-005
Rio de Janeiro, RJ
t. +55 (21) 2506 1600
f. +55 (21) 2506 1660
Brasil

Brasília

SAFS . Quadra 2 . Bloco B
Ed. Via Office . 3º andar
70070-600 . Brasília . DF
t. +55 (61) 3312 9400
f. +55 (61) 3312 9444
Brasil

www.pinheironeto.com.br

pna@pn.com.br

Excelentíssimo Senhor Doutor Juiz de Direito da Vara da Infância e Juventude da Comarca de Barueri, Estado de São Paulo

Processo nº 1127739-71.2016.8.26.0100

ARCOS DOURADOS COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA. ("McDonald's"), por seus advogados, nos autos da **ação civil pública** ajuizada pela **Defensoria Pública do Estado de São Paulo ("Defensoria Pública")**, em curso perante esse Juízo, vem respeitosamente à presença de Vossa Excelência, em atenção ao pedido apresentado pelo Instituto Alana para ser admitido no feito na qualidade de *amicus curiae* (fls. 257/266), expor e requerer o quanto segue.

1. De acordo com o Instituto Alana, o *amicus curie* tem por objetivo a pluralização do debate, por meio "*de manifestações de entidades, organizações e especialistas estranhos à causa e que não possuem interesse próprio na demanda, mas sim especialidade e notoriedade em relação ao tema discutido, podendo contribuir para a solução do pleito com subsídios de fato e de direito relevantes sobre a matéria*" (fl. 259).

2. Embora seja inquestionável a atuação do Instituto Alana no tocante ao debate “*dos direitos da criança no âmbito das relações de consumo*” (fl. 261), o McDonald’s apenas pondera que, neste caso, **não ocorrerá a pluralização do debate.**

3. Isso porque o Instituto Alana considera, equivocadamente, o Show do Ronald como uma estratégia de marketing do McDonald’s, exatamente como defende a Defensoria Pública nesta ação, tendo a petição inicial, inclusive, já se baseado nos argumentos do Instituto Alana (fl. 2).

4. Ainda que se respeite a causa, parece evidente que o Instituto Alana não atuaria no feito como um terceiro desinteressado, mas tão somente na defesa incondicional dos seus próprios interesses, não enriquecendo o debate e nem auxiliando o Tribunal na decisão mais justa. Prova disso, como já se destacou acima, é que a presente ação já foi ajuizada com base na representação do Instituto Alana, ou seja, todos os argumentos já foram devidamente apresentados ao enviar a notificação que motivou o ajuizamento desta ação.

5. Dessa forma, em que pese a r. decisão de fl. 462 já ter admitido a intervenção do Instituto Alana na condição de *amicus curiae*, o McDonald’s entende que o seu ingresso nessa lide apenas serviria ao propósito do Instituto de reafirmar os argumentos já colocados em sua representação, além de divulgar sua atuação e atrair a atenção da mídia, sem em nada contribuir para a solução da controvérsia.

6. Nesse ponto, o McDonald’s reitera os termos de sua contestação e frisa que **(i)** o Show do Ronald sempre foi realizado por pedido de instituições carentes de programas culturais, de alegria e de atividades lúdicas, dentre elas hospitais e escolas, e cujo conteúdo educativo era sempre definido em conjunto com os responsáveis pela respectiva entidade, sendo portanto uma ação de cunho social, que jamais poderia ser considerada como publicidade dirigida ao público infantil; **(ii)** para

PINHEIRONETO
ADVOGADOS

reforçar, os shows se utilizavam da alegria e do universo lúdico para transmitir o conteúdo educativo e cultural definido junto com os educadores das instituições de ensino, de modo a tornar o processo de aprendizagem da criança mais fácil e natural e, em nenhum momento, havia a venda, oferta, e nem sequer menção a qualquer produto do McDonald's, não havendo fundamento para se considerar essa ação como publicidade; **(iii)** inexistente dispositivo legal que proíba a realização de ações de responsabilidade social por empresas atuantes no mercado de consumo, não podendo ser a mera exposição de uma marca um óbice, já que a criança faz parte da sociedade e, dessa forma, já está exposta a diversas marcas (p.ex. quando qualquer empresa faz uma ação de responsabilidade social, como plantar árvores com estudantes, não há problemas em irem com o uniforme da empresa que atuam, que por sua vez levam o logo); e **(iv)** em nenhum momento é comprovada, e nem poderia ser, a preconceituosa alegação de que os produtos alimentícios comercializados pelo McDonald's "*seriam pobres em nutrientes e altamente artificiais, podendo, a longo prazo causar inúmeros malefícios à saúde*" (fl. 3), sendo tal afirmação totalmente equivocada e inverídica.

7. Diante disso, respeitados os interesses que a Defensoria Pública e o Instituto Alana pretendem proteger e que **de nenhuma forma foram violados pelo Show do Ronald**, o McDonald's, em mais esta oportunidade, requer seja a presente demanda julgada improcedente.

Termos em que,
pede deferimento.

São Paulo, 13 de setembro de 2018.



Pedro P. Barradas Barata

OAB/SP nº 221.727



Carla Cavalheiro

OAB/SP nº 287.410