



São Paulo, 11 de setembro de 2015

À

**Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro**

**A/c: Exma. Sra. Secretária Municipal de Educação Helena Bomeny**

Rua Afonso Cavalcanti,455

Rio de Janeiro - RJ

20211-110

**Ref.: Encaminhamento de denúncia recebida de publicidade em escolas referente ao 'Show do Ronald McDonald's'.**

Exma. Sra. Secretária Municipal de Educação Helena Bomeny,

o **Instituto Alana** é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos que tem como missão “honrar a criança”. Mantido por um fundo patrimonial e apoiado no tripé “inovação – comunicação – advocacy”, o **Instituto Alana** reúne projetos próprios e desenvolvidos com parceiros que apostam na busca pela garantia de condições para a vivência plena da infância [<http://www.alana.org.br>].

Para divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas aos direitos da criança no âmbito das relações de consumo e perante o consumismo ao qual

Rua Fradique Coutinho, 50 11º andar Pinheiros São Paulo SP 05416-000 Brasil  
T (55+ 11) 3472-1600 Fax (55+ 11) 3472-1601 [www.alana.org.br](http://www.alana.org.br) [www.criancaeconsumo.org.br](http://www.criancaeconsumo.org.br)

são expostas, assim como para apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes da comunicação mercadológica voltada ao público infantil, criou em 2006 o **Projeto Criança e Consumo** [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 envolva crianças e acerca do impacto do consumismo na sua formação, fomentando a reflexão a respeito da força que a mídia, a publicidade e a comunicação mercadológica dirigidas ao público infantil 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, a saber: o consumismo e a incidência alarmante de obesidade infantil; a violência na juventude; a erotização precoce e irresponsável; o materialismo excessivo e o desgaste das relações sociais, dentre outros.

Nesse âmbito de trabalho, o **Projeto Criança e Consumo** defende o fim de toda e qualquer comunicação mercadológica que seja dirigida às crianças — assim consideradas as pessoas de até 12 anos de idade, nos termos da legislação vigente —, a fim de, com isso, protegê-las dos abusos reiteradamente praticados pelo mercado.

Dentre as estratégias adotadas pelas empresas para atingir a criança, uma delas é a realização de publicidade dentro do ambiente escolar, de maneira a utilizar-se da instituição de ensino para transmitir valores consumistas e de fidelização à marca.

Em razão de sua atuação no tema, no dia 22.3.2015 o **Projeto Criança e Consumo** recebeu uma denúncia por meio de formulário disponibilizado em seu site de continuidade da realização dessa prática em uma das escolas municipais do Município do Rio de Janeiro (doc. anexo), que representa uma clara afronta aos direitos da criança e proteção da infância.

O **Projeto Criança e Consumo** vem atuando ativamente para que essa ação comercial do palhaço Ronald McDonald, e outras semelhantes, deixem de ser realizadas dentro do ambiente escolar, visando a proteger as crianças dos abusos promovidos pela publicidade.

Em 15.8.2013, o **Projeto Criança e Consumo** encaminhou notificação à empresa, para apresentar seu entendimento a respeito do desenvolvimento da

ação e, em busca de preservar a plenitude dos direitos da infância, solicitar o fim dos 'Shows do Ronald McDonald's' dentro das instituições de ensino.

Em virtude da ausência de resposta formal por parte da empresa, no dia 27.9.2013 o **Projeto Criança e Consumo** encaminhou Representação ao Ministério da Educação e ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor da Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça (DPDC-SENACON-MJ) solicitando a adoção de medidas cabíveis para coibir as práticas do McDonalds de anunciar diretamente ao público infantil, bem como para reparar os possíveis danos já causados. O **Instituto Alana** também encaminhou cartas às Secretarias de Educação das cidades e estados em que tinha conhecimento de que o show estava ocorrendo, notificando a ação e recomendando a sua cessação<sup>1</sup>.

Um dos desdobramentos dessa ação foi a elaboração, pelo Ministério Público Federal, das Recomendações nº 66/2014 e nº 67/2014 com o objetivo de recomendar a suspensão dos shows do Ronald McDonald nas instituições públicas de ensino público e fundamental do Estado de São Paulo, bem como a cessação da exibição da personagem vestida de palhaço que se utiliza de momentos lúdicos para cativar consumidores ou qualquer exibição semelhante.

Os documentos foram encaminhados aos prefeitos e Secretarias de Educação das cidades paulistas com mais de 100 mil habitantes e para a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo<sup>2</sup>.

Importante mencionar que Ministério da Educação já se posicionou por meio da Nota Técnica nº 21/2014/CGDH – encaminhada a todas as secretarias de educação estaduais e municipais por meio do Ofício Circular nº 57/2014 – GAB/SECADI/MEC - contrariamente à realização de publicidade infantil dentro de escolas<sup>3</sup>.

Além disso, em 10.3.2015, o Ministério Público de São Paulo realizou um Seminário sobre a publicidade em escolas, além de ter disponibilizado material sobre o assunto para os promotores de justiça do estado<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://criancaconsumo.org.br/internacional-biblioteca-advocacy/arcos-dourados-comercio-de-alimentos-ltda-show-do-ronald-mcdonald/>. Acesso em 11.9.2015.

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.prsp.mpf.mp.br/institucional/atuacao/institucional/atuacao/recomendacoes>. Acesso em 11.9.2015.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://criancaconsumo.org.br/executivo/nota-tecnica-do-mec-para-implementacao-da-resolucao-n-o-163-do-conanda-2/>. Acesso em 11.9.2015.

<sup>4</sup> Disponível em: <http://criancaconsumo.org.br/eventos/seminario-publicidade-em-escolas/>. Acesso em 11.9.2015.

Outro aspecto a ser considerado é a divulgação do relatório da ONU sobre o impacto do marketing nos direitos culturais, apresentado formalmente durante a 69ª Assembleia Geral da entidade em 2014<sup>5</sup>. Além de combater a publicidade voltada para as crianças, o documento declara que toda a publicidade comercial e estratégias de marketing devem ser proibida em escolas públicas e privadas, que têm que garantir que os currículos sejam independentes dos interesses comerciais.

Assim, o **Instituto Alana** vem dar a V. Sa. ciência do fato, com a expectativa de que as reiteradas práticas de publicidade em ambiente escolar cessem, e colocar-se à disposição para detalhar melhor suas ações e preocupações, inclusive por meio de encontro presencial, com a ilegalidade da publicidade direcionada à criança e as consequências do consumismo na infância.

Atenciosamente,

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

**Ekaterine Karageorgiadis**  
**Advogada**

**Mariana Hanssen B. N. de Siqueira**  
**Acadêmica de Direito**

---

<sup>5</sup> Disponível em: [http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/ONU\\_Advertising\\_Port.docx](http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/ONU_Advertising_Port.docx). Acesso em 11.9.2015.