



PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

PROMOÇÃO DE ARQUIVAMENTO

Procedimento PJC nº 42.161.809/07-4 (Expediente Promotoria de Justiça da Infância nº 633/07)

Reclamante: Instituto ALANA

Reclamados: Kellog Brasil Ltda. e Exim Character Licenciamento e Marketing

Assunto: Empresa de alimentos - Comercialização de cereal matinal voltado ao público infantil contendo brinquedo como brinde - Alegação de venda casada - Indicação de oferta/publicidade abusiva (marketing agressivo) para venda do produto - Alegação de ilegalidade da promoção em razão da hipossuficiência da criança e indução ao consumo exagerado de alimentos - Afirmação de venda quantitativamente casada - Conflito negativo de atribuição dirimido em favor da Promotoria de Justiça de Defesa dos Interesses Difusos e Coletivos da Infância e Juventude - Retorno dos autos a esta Promotoria de Justiça do Consumidor - Não configuração de violações às normas de defesa do consumidor - Arquivamento

O presente procedimento foi instaurado a partir de representação oferecida pelo INSTITUTO ALANA em face das empresas **KELLOG BRASIL LTDA.** e **EXIM CHARACTER LICENCIAMENTO E MARKETING LTDA.**, a primeira fabricante do produto **sucrilhos** e a segunda "agente de licenciamento", indicando diversas práticas em tese lesivas aos interesses de uma faixa específica de consumidores: a das crianças.

A **KELLOGG** colocou no mercado de consumo o produto **sucrilhos** contendo um brinquedo dentro da caixa: *Shrek Voador*, além do *Sucrilhos Shrek Terceiro* estampado na caixa do produto.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROTOCOLO: 0026737/08  
Data: 26/02/2008  
Local de Entrada: SUB-ÁREA DE APOIO ADMIN - PROTOCOLO GERAL  
Assunto: PROMOÇÃO DE ARQUIVAMENTO  
Interessado: DIANA S M S MALTA MOREIRA SOLICITANTE

Hora: 17:32:27  
14050502



*[Handwritten signature]*

DO DE SÃO PA

Hora: 17:32:27  
14050502

NSUMIDOR  
ata 130  
104  
1060

e fevereiro de 2008

ARACTER LICE

cereal matinal vo  
de venda casada  
venda do produ  
da criança e indu  
ativa casada- Con  
de Defesa dos Inte  
s a esta Promotor  
rmas de defesa

primento ao dispost  
da Lei Compleme  
de São Paulo), tenh  
nos quais apresen

a Vossa Excelência

SCUCUGLIA  
dor

selho Superior do Mini



A empresa **EXIM**, ao que consta, é mera representante autorizada da Licenciante da marca **Shrek**, que é a empresa norte-americana denominada **DREAMWORKS ANIMATION L.L.C.**,

Segundo consta da representação, as atitudes da **KELLOGG** indicam, antes de mais nada, oferta/publicidade abusiva, na medida em que estaria se utilizando de *marketing* agressivo para impingir nas crianças o desejo de adquirir o produto em questão, haja vista o poder de representatividade do personagem infantil utilizado e da distribuição de brinquedos aliados ao produto.

Não bastasse, ocorreria a incidência de verdadeira venda casada, uma vez que há imposição de compra do produto para que se tenha acesso ao brinquedo; indicando, também, hipótese de venda quantitativamente casada, já que, para obtenção dos 04 (quatro) modelos do brinquedo *Shrek Voador*, necessária a aquisição de pelo menos 04 (quatro) caixas de **sucrilhos**.

Há, ainda, alegação de ilegalidade da promoção em razão da hipossuficiência da criança, e de indução ao consumo exagerado de alimentos.

Embora identificadas situações que envolvem relações de consumo, este órgão entendeu que eventuais abusos estariam voltados para o consumidor infantil, o que nos levou a concluir que a atribuição para apreciar o caso seria da Promotoria de Justiça de Defesa dos Interesses Difusos e Coletivos da Infância e Juventude da Capital, por se tratar do órgão incumbido da atribuição mais especializada, nos termos do disposto no art. 114, § 3º, da Lei Complementar nº 734/93 (Lei Orgânica do Ministério Público de São Paulo), e remeter os autos àquela Promotoria de Justiça.

ADO DE SA

Boz 47 17 32 27  
14080502

INSUMIBOR

Julho 170

2004

2008

de fevereiro de 2008

CHARACTER LICE

le cereal matinal v

o de venda casada

ra venda do prod

a da criança e ind

tativa casada- Co

i de Defesa dos In

os a esta Promoto

normas de defesa

mpremento ao dispo

os, da Lei Complem

de São Paulo), te

os, nos quais aprese

o a Vossa Excel

A SCUCUGLIA  
vidor

nselho Superior do



Não compartilhando do mesmo entendimento, o ilustre colega Motauri Ciocchetti de Souza, DD, Promotor de Justiça, apresentou manifestação declinatória de sua atribuição e procedeu à devolução do expediente a esta Promotoria de Justiça do Consumidor, que suscitou conflito negativo de atribuições.

Ao dirimir o conflito, o nobre Procurador-Geral de Justiça entendeu que a atribuição mais especializada é desta Promotoria de Justiça do Consumidor, em razão da matéria tratada na representação, enviando-nos os autos.

Uma vez aqui, este órgão entende que a hipótese é de arquivamento.

Com efeito, este já seria o entendimento desta subscritora desde o momento em que a representação aportou nesta Promotoria de Justiça, não fosse o fato de haver sido instaurado anteriormente pela ilustre Promotora de Justiça Substituta Érika Pucci da Costa Leal - cujo entendimento respeito -, como também o fato de haver encaminhado os autos à Promotoria de Justiça da Infância (órgão que, ao ver desta subscritora, teria atribuição legal para arquivar a representação).

Em primeiro lugar, este órgão não vislumbra a prática de oferta/publicidade abusiva, visto que não entende como *marketing* agressivo a utilização de personagem infantil de grande representatividade no meio infantil para propiciar uma maior comercialização de produto que já é consumido, em sua grande maioria, por crianças. Aliás, esse

*Elmy*

ADO DE SÃO

Hora: 17.32

14

CONSUMIDOR

Sala 130

904

3060

de fevereiro de

CHARACTER

le cereal ma

io de venda

ra venda de

a da criança

itativa casa

a de Defesa

os a esta P

normas de

mpremento a

os, da Lei C

o de São Pa

os, nos qua

to a Vossa

LA SCUCU

nidor

onselho Sup



atrativo ao público infantil já é uma constante nos **sucrilhos** **KELLOG'S**, que se utilizam de mascote (um tigre simpático) como estratégia de *marketing*.

Considerando que a oferta de brinquedos relacionados ao personagem infantil não implicaram em custo adicional ao consumidor, tratou-se de verdadeiro brinde, o que não é vedado pelas leis consumeristas.

A hipótese também não caracteriza venda casada, mas sim promoção, visto que o produto não sofreu alteração de preço para maior em razão da inserção do brinquedo que, repita-se, tratou-se de brinde. O brinquedo foi confeccionado apenas para a realização da promoção, o que é uma prática comum e não vedada.

Também não há que se falar em venda quantitativamente casada em razão do consumidor precisar adquirir pelo menos 04 (quatro) caixas de **sucrilhos** para obter os 04 (quatro) diferentes modelos do brinquedo *Shrek Voador*. Primeiro porque não há como saber se todos os consumidores desejam obter todos os modelos do brinquedo, segundo porque há diversos produtos no mercado de consumo que fazem parte de uma série e que devem ser adquiridos unitariamente, não havendo irregularidade qualquer.

Quanto à alegada ilegalidade da promoção em razão da hipossuficiência da criança, não pode prosperar. A criança é mais hipossuficiente do que o adulto, mas, na verdade, todo consumidor é considerado hipossuficiente aos olhos da lei e, nem por isso, as estratégias de *marketing* devem deixar de ser utilizadas, apenas sendo condenadas se abusivas, o que, como dissemos, não ocorre neste caso.

*ghm*

ADO DE SÃO PAU

HORA: 17:32:27  
14050502

CONSUMIDOR

Sala 139

004

0060

de fevereiro de 2008

CHARACTER LICE

le cereal matinal v

o de venda casada

a venda do prod

a da criança e ind

tativa casada- Cor

de Defesa dos In

os a esta Promoto

normas de defesa

mpimento ao dispos

os, da Lei Complem

de São Paulo), ter

is, nos quais apresen

o a Vossa Excelên

A SCUCUGLIA  
vidor

nselho Superior do N



A preocupação em relação à indução ao consumo exagerado de alimentos também não pode ter força para impedir o arquivamento destes autos, visto que a eventual aquisição de mais pacotes de **sucrilhos** do que o consumidor já estava acostumado anteriormente à promoção não significa, necessariamente, que eles serão consumidos no mesmo período de tempo do que quando ele é adquirido em menor quantidade, o mesmo valendo para aqueles que nunca haviam adquirido o produto antes da promoção.

E, finalmente, ainda que houvesse providências a serem adotadas em face da **KELLOG**, o mesmo não poderia ser dito da empresa **EXIM** que, salvo engano, é mera representante autorizada da Licenciante da marca *Shrek*, que é a empresa norte-americana denominada *DREAMWORKS ANIMATION LLC*.

Ante o exposto, promovo o **ARQUIVAMENTO** destes autos, nos termos do disposto no art. 9º, *caput*, da Lei nº 7.347/85; no art. 110, *caput* da Lei nº 734, de 26.11.1993 (LEI ORGÂNICA DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO); e no art. 23, § 3º, inciso I, do Ato Normativo nº 484/06 - CPJ, de 05.10.2006, e os remeto, nos moldes da legislação pertinente, para a elevada apreciação desse Egrégio CONSELHO SUPERIOR DO MINISTÉRIO PÚBLICO.

São Paulo, 26 de fevereiro de 2008.

Eliana S M S Malta Moreira Scucuglia  
Promotora de Justiça do Consumidor

ESTADO DE S

São Paulo, 17 de fevereiro de 2008

CONSUMIDOR

Art. 130

CPJ

2008

5 de fevereiro

CHARACTERÍSTICAS

de cereal m

ção de vend

ara venda d

ia da crianç

titativa casa

a de Defesa

tos a esta l

normas de

imprimen

fos, da Lei C

o de São Pa

los, nos qua

ito a Vossa

RA SCUCUGLIA

midor

Conselho Super