EDUARDO JESSNITZER
JOÃO JENIDARCHICHE
MATEUS MAGAROTTO
ADRIANA H. PAIVA SOARES
JAIRTON APARECIDO MANSO

# ILUSTRÍSSIMO SENHOR DOUTOR PROMOTOR DE JUSTIÇA DA DEFESA DO CONSUMIDOR DO ESTADO DO PARÁ

**DENUNCIA DE PUBLICIDADE ABUSIVA** 

GULLIVER S.A. MANUFATURA DE BRINQUEDOS, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Rua Barão de Mauá, nº 280, Bairro São José, São Caetano do Sul – SP, devidamente qualificada, por seu advogado e procurador bastante que a presente assina, vem, respeitosamente, apresentar sua <u>DEFESA</u> contra a <u>DENUNCIA</u> formalizada pelo <u>INSTITUTO ALANA</u> pelos fundamentos abaixo expostos:-

### I. DOS FATOS

01. Trata-se de denúncia de publicidade abusiva, em comercial televiso, oferecida de Instituto Alana, por meio da qual alega-se, em condensada síntese, que a veiculação dos "produtos Hulk afronta os direitos de proteção integral da criança – atacando suas vulnerabilidades, sua hipossuficiência presumida e até mesmo sua integridade moral, propagando valores materiais distorcidos – e

EDUARDO JESSNITZER
JOÃO JENIDARCHICHE
MATEUS MAGAROTTO
ADRIANA H. PAIVA SOARES
JAIRTON APARECIDO MANSO

também viola a legislação em vigor que regulamenta as respectivas práticas".

- 02. Entende a denunciante que necessária a tomada de providências " porquanto suas condutas comerciais põem em risco a infância brasileira e violam as normas legais de proteção das crianças e dos adolescentes".
- 03. No entanto, e conforme será demonstrado nos itens subsequentes, ao conceber o anúncio em tela a Gulliver jamais visou incitar a prática de atos agressivos por parte de seu público infantojuvenil. Muito pelo contrário.

### II. <u>DO DIREITO</u>

- O Dr. Robert Bruce Banner, mais conhecido como o Incrível Hulk, é um dos super-heróis de maior notoriedade em todo o mundo. Lançado no ano de 1962, o personagem veio para dar continuidade à revolução das histórias em quadrinho que teve início com o Quarteto Fantástico.
- O5. Como se sabe porque afinal todos já fomos crianças -, o Incrível Hulk é o alter-ego do Dr. Robert Bruce Banner, um cientista que foi atingido por raios gama enquanto salvava um adolescente durante um teste militar americano de uma bomba que fora por ele mesmo desenvolvida. A radiação que atingiu o Dr. Robert Brune Banner, ao invés de enfraquecê-lo, transformou-o em uma criatura verde assustadora.
- 06. O Gigante Esmeralda ou Incrível Hulk é conhecido por ser o mortal mais forte do planeta Terra, e a intensidade de sua força é

EDUARDO JESSNITZER
JOÃO JENIDARCHICHE
MATEUS MAGAROTTO
ADRIANA H. PAIVA SOARES
JAIRTON APARECIDO MANSO

diretamente proporcional ao grau de sua braveza: "Quanto mais bravo, mais forte o Hulk fica" é a frase que melhor representa os poderes do Incrível Hulk.

- O7. Destacam-se dentre as diversas habilidades do personagem (I) a sua **resistência física**, capaz de sobreviver no espaço, no fundo do oceano ou à explosões nucleares; (II) a **super-estamina**, que o possibilita lutar por diversos dias seguidos sem parar; e (III) o **fator de cura**, com o qual regenera-se integralmente sem seqüelas.
- 08. Embalada pelo lançamento mundial em junho de 2008 do filme "O Incrível Hulk", a Gulliver, em parceria com a HASBRO DO BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE BRINQUEDOS E JOGOS LTDA., desenvolveu uma linha de brinquedos contendo 14 (catorze) itens diretamente relacionados ao filme então lançado, entre eles a Máscara Eletrônica e a Luva Eletrônica em Tecido, que são objetos da presente representação.
- 09. A Gulliver, por meio do comercial "Incrível Hulk", em momento algum incentivou a prática de condutas violentas ou contrárias aos valores sociais, aos bons costumes ou buscou a qualquer inversão dos valores morais.
- 10. A propaganda em apreço buscou <u>tão-somente divulgar</u> brinquedos do personagem Incrível Hulk que foram especialmente desenvolvidos em razão do lançamento do filme <u>"O Incrível Hulk"</u>. E para tanto, a Gulliver retratou no comercial um pouco da ficção que permeia o personagem no filme, pelo que a publicidade em questão foi desenvolvida dentro de um contexto específico e bastante definido.

EDUARDO JESSNITZER
JOÃO JENIDARCHICHE
MATEUS MAGAROTTO
ADRIANA H. PAIVA SOARES
JAIRTON APARECIDO MANSO

- 11. Como se observa, o comercial inicia-se com uma cena do filme "O Incrível Hulk". Na seqüência, o cenário é transferido para um grande galpão com algumas caixas de papelão empilhadas, as quais são derrubadas por 3 (três) crianças que usam as luvas feitas de tecido e que reproduzem a mão do Incrível Hulk. Seguem uma série de imagens nas quais as crianças, fazendo uso das luvas de tecido e da máscara que reproduz a feição do Incrível Hulk, imitam movimentos do personagem. A propaganda encerra-se com a imagem das embalagens dos brinquedos anunciados e que foram desenvolvidas de acordo com o filme "O Incrível Hulk".
- 12. As crianças que encenam o comercial e que "personificam o Incrível Hulk" com suas máscaras e luvas não estão expostas a qualquer situação perigosa ou nem tampouco representam cenas que incitam à violência ou à prática de condutas socialmente reprováveis. Elas simplesmente derrubam com as luvas do Incrível Hulk, algumas caixas de papelão empilhadas ou então encostam as suas luvas no chão.
- 13. Em nenhum momento as crianças usam as luvas e a máscara do Incrível Hulk para agredir outras crianças ou adultos ou para atingir bens materiais. Elas apenas derrubam uma ou outra caixa de papelão vazia e que está armazenada em um galpão "sombrio", o que ao passo em que não guarda similitude com o mundo real, faz parte das brincadeiras e do imaginário infantil.
- 14. Por outro lado, <u>o texto narrado pelo locutor nada mais é</u> do que um resumo do que o Incrível Hulk representa para a história dos super-heróis dos quadrinhos. De fato, ele é mais forte que qualquer outro super-herói: ele é o super-herói mais forte do mundo. Na luta contra o mal, ele é o super-herói que

EDUARDO JESSNITZER
JOÃO JENIDARCHICHE
MATEUS MAGAROTTO
ADRIANA H. PAIVA SOARES
JAIRTON APARECIDO MANSO

tem mais força para enfrentar os vilões e quanto mais bravo, mais forte fica.

- O locutor não dirige ordens às crianças ou aos telespectadores estimulando a prática de atos agressivos ou comportamentos socialmente condenáveis. O texto narrado é única e exclusivamente a respeito das habilidades do Incrível Hulk, o que reforça ainda mais a ausência de ilicitude da propaganda impugnada.
- 16. A respeito da legalidade de propagandas que transportam para os anúncios de brinquedos as fantasias retratadas em filmes e quadrinhos, confiram-se os julgados:-

## "Brinquedos Rosita — Piratas do Caribe

Representação nº 173/07

Autor: Conar, a partir de queixa de consumidor

Anunciante e agência: Brinquedos Rosita e Frevo Filmes

Relatora: Marisa D'Alessandri

Sexta Câmara

Decisão: Arquivamento

Fundamento: Artigo 27, nº 1, letra "a" do Rice

Com base em queixa de consumidor, o diretor executivo do Conar ofereceu representação contra a Brinquedos Rosita, visando comercial de TV alusivo à trilogia cinematográfica "Piratas do Caribe". Na peça, um garoto personifica o personagem Jack Sparrow, empunhando espada e garrucha. A queixa questiona o uso de criança para vocalizar apelo direto ao consumo e a oferta de brinquedos que se referem a armas em meio a tantas campanhas contra a violência e de desarmamento. Anunciante e agência alegam que os brinquedos não constituem apelo à violência, pois não quardam similaridade ao mundo real, se aproximando dos cenários do filme em que os brinquedos se baseiam. Também afirmam que o modelo infantil participa do anúncio apenas para demonstrar o produto, sem vocalizar apelo ao consumo.

EDUARDO JESSNITZER
JOÃO JENIDARCHICHE
MATEUS MAGAROTTO
ADRIANA H. PAIVA SOARES
JAIRTON APARECIDO MANSO

A relatora deu razão à anunciante, não vendo na peça elementos que desrespeitem o Código. Seu voto pelo arquivamento foi aceito unanimemente." (grifamos)

### "Papete do Homem Aranha

Representação nº 244/07

Autor: Conar, a partir de queixa de consumidor Anunciante e agência: Grendene e W/Brasil

Relator: Ricardo Difini Leite

Quinta Câmara

Decisão: Arquivamento

Fundamento: Artigo 27, nº 1, letra "a" do Rice

Dois consumidores, um de Pernambuco e um de Minas Gerais, se queixaram contra comercial de TV da Grendene promovendo a papete do Homem Aranha. Segundo as denúncias, a peça é inadequada porque apresenta exemplo de comportamento perigoso que pode influenciar o público infantil, como a de ficar em cima da barra do corrimão da escada.

A defesa refuta a acusação, argumentando que <u>as</u> <u>brincadeiras de super-herói fazem parte do imaginário infantil e que a peça não estimula a prática de atividades perigosas.</u>

O relator concordou com a defesa, não vendo na peça elementos que contrariem o Código. Seu voto pelo arquivamento foi aceito unanimemente pelos membros do Conselho de Ética." (grifamos)

17. Como se vê, de há muito, já reconheceu como sendo adequados os anúncios publicitários que, para divulgar um brinquedo diretamente relacionado a um personagem/super-herói, transferem a atmosfera fantasiosa apresentada nos filmes e as características peculiares ao personagem às propagandas. Essa aproximação entre os comerciais e a ficção do personagem não significa que o anunciante está incitando práticas perigosas e agressivas. Exatamente como ocorre no presente caso.

EDUARDO JESSNITZER
JOÃO JENIDARCHICHE
MATEUS MAGAROTTO
ADRIANA H. PAIVA SOARES
JAIRTON APARECIDO MANSO

- 18. Desta forma, não resta outra conclusão senão a de que jamais houve qualquer desrespeito aos mandamentos legais apontados, já que o anúncio em questão não continha nada que pudesse "estimular comportamentos socialmente condenáveis".
- 19. Finalmente, não obstante o entendimento de que o anúncio em comento não desrespeita qualquer disposição legal, mormente por jamais incitar a prática de comportamentos agressivos, <u>a Gulliver, por uma decisão comercial, desde o dia 13.10.2008 não mais veicula a referida campanha</u>. Ou seja, muito antes da apresentação da presente representação (datada de 15 de dezembro de 2008), o comercial em apreço já não é mais veiculado.
- 20. Tal conduta da Gulliver leva à perda de objeto da presente Representação, o que requer seja reconhecido desde já.

#### III. DO PEDIDO

- 21. Por todo o exposto, é a presente para requerer o ARQUIVAMENTO da presente DENUNCIA, em razão da perda de seu objeto diante da suspensão definitiva da veiculação do anúncio em tela, por liberalidade e decisão comercial da Gulliver
- 22. Caso esse Órgão entenda que não houve perda do objeto da DENUNCIA, o que se admite para argumentar, a Gulliver requer seu ARQUIVAMENTO, diante da incontestável ausência de infrações às normas legais apontadas.
- 23. Por fim, requer que todas as intimações sejam feitas em nome do signatário desta Defesa, com endereço em São Caetano do

EDUARDO JESSNITZER
JOÃO JENIDARCHICHE
MATEUS MAGAROTTO
ADRIANA H. PAIVA SOARES
JAIRTON APARECIDO MANSO

Sul, município deste Estado, na rua Pernambuco nº 458, Centro (CEP. nº 09521-140) , e com o seguinte endereço eletrônico:-odair@russoadvogados.com.br

N. Termos

P. Deferimento.

São Paulo, 18 de dezembro de 2008.

- Odair Filomeno -

OAB.SP. 58.927