

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR
GABINETE 19º PROMOTOR DE JUSTIÇA

Ao

Exmo. Sr. Dr. Promotor de Justiça Saint'Clair Luiz do Nascimento Junior

Ref.: Processo MP 8943/2008

MP-ES - PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE
DEFESA DO CONSUMIDOR

RECEBIMENTO

Recebi estes autos, em 20/10/08

Ass.: Einthya

CHOCOLATES GAROTO S/A, pessoa jurídica de direito privado, CNPJ n.º 28.053.619/0001-83, com sede na Praça Meyerfreund, n.º 1, Glória, Vila Velha/ES, por sua procuradora infra assinada, em atenção a Notificação n.º 475/2008 recebida com finalidade de prestar informações a respeito de Reclamação oferecida pelo Instituto Alana a este Órgão Ministerial, vem apresentar suas considerações, conforme se segue:

Afirma o Instituto Alana que as ações de marketing utilizadas pela empresa Chocolates Garoto S/A para promoção e comercialização de Ovos de Páscoa são abusivas e agressivas, atingindo diretamente o público infantil.

Afirmam ainda que as práticas de toda a comunicação mercadológica que envolvem os Ovos de Páscoa estimulam o consumo excessivo do alimento, colaborando para o aumento de índices de obesidade infantil.

Tais afirmações não possuem suporte fático, nem tampouco respaldo na legislação pátria.

Como bem destacou o Instituto Alana, a proteção dos direitos das crianças e dos adolescentes é disciplinada pela Constituição Federal (art. 227) e pelo estatuto da Criança e do Adolescente, estando garantido a eles todos os direitos fundamentais inerentes a pessoa humana, constituindo dever da família assegurá-los com absoluta prioridade.

Quanto à publicidade, está disciplinada pelo Código de Defesa do Consumidor e, de modo mais específico, pelo Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária (CBARP), documento no qual estão consignados os princípios éticos da publicidade aplicados pelo CONAR (Conselho Nacional de Auto Regulamentação Publicitária). Referidas normas primam pela honestidade e

legalidade da atividade publicitária, bem como pelo respeito aos valores sociais e ao consumidor.

Importante destacar que a interpretação e aplicação sistemática destes diplomas, não permite que se conclua que a publicidade de alimentos destinados ao consumo do público infantil seja ilegal.

Ao contrário, a análise de tal legislação aponta pela sua legalidade, na medida em que o tema é expressamente regulamentado pelo CBARP, cujas disposições, embora constituam em sua essência regras de autodisciplina da atividade publicitária, são também destinadas ao uso de autoridades e Tribunais como referências e fontes subsidiária da legislação aplicável a propaganda.

Oportuno mencionar que no âmbito da publicidade, a análise e julgamento de anúncios pelo CONAR tem como finalidade precípua impedir que a publicidade ofensiva, enganosa ou abusiva, cause constrangimento ou prejuízo a consumidores e empresas. A atuação deste Conselho é publicamente reconhecida que age de forma fiscalizadora, inclusive "de ofício".


Nesta linha, qualquer ilegalidade eventualmente existente na publicidade dos Ovos de Páscoa GAROTO certamente teria sido levada a apreciação do CONAR, que, cumpre destacar, tem adotado um posicionamento bastante restritivo nos casos em que a publicidade envolve de qualquer forma crianças e adolescentes. O que não ocorreu. A GAROTO não foi questionada a respeito da publicidade de seus produtos de páscoa por qualquer órgão que seja, nem mesmo foi acionada pelos próprios consumidores por meio de seu SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor).

Não obstante a existência de regulamentação específica, o que demonstra que o tema é recepcionado pelo ordenamento jurídico, há uma premissa maior a ser considerada neste caso.

A Constituição Federal de 1988 prevê o princípio da legalidade que constitui máxima a ser aplicada em todo território brasileiro. Conquista esta que se deu após longo período marcado de autoritarismos e arbitrariedades e, portanto, afastar a aplicação deste princípio e presumir a proibição de agir, onde não há previsão em lei para tanto, constitui, no mínimo, um retrocesso.

Portanto, não pode o Instituto Alana pretender considerar ilegal aquilo que a lei não o faz.

Alem disto, tem-se que as embalagens dos ovos de Páscoa GAROTO foram devidamente aprovadas pelos órgãos públicos competentes para tanto e a quem cabe a fiscalização pelo cumprimento das regras aplicáveis a embalagem/rotulagem destes produtos, o que demonstra atendimento pela empresa de todas essas determinações legais específicas.



Assim, repita-se, NÃO há que se falar em ilegalidade ou abusividade das estratégias de marketing praticadas pela GAROTO.

Este deve ser o entendimento também no que tange a colocação de brindes no interior do produto.

Ora, a GAROTO é empresa alimentícia com mais de 79 anos no mercado, atuando na fabricação de chocolates. Não possui qualquer interesse em comercializar brinquedos, mas sim Ovos de Páscoa.

A GAROTO é empresa com sua marca consolidada no mercado e reconhecida pela qualidade de seus produtos. Certamente os Ovos de Páscoa de chocolate são o anseio dos consumidores, e não os brinquedos inseridos nos respectivos ovos. Deixa claro que brinquedos têm a natureza de meros brindes.

Mais uma vez infundada a alegação do Instituto Alana de que a comercialização de Ovos de Páscoa com brindes trata-se de venda casada, sendo também desprovida de quaisquer elementos concretos a afirmação de que o interesse das crianças é exclusivamente pelos brindes. Se assim o fosse, a tradição na Páscoa seria presentear as crianças com brinquedos e não com ovos de chocolate.

Outro ponto que merece ser destacado é a sazonalidade dos produtos em questão. Os Ovos de Páscoa são comercializados somente na Páscoa, uma vez a cada ano.

Portanto, descabida a afirmação de que a GAROTO estimula o consumo excessivo do produto, pois ele sequer é encontrado no mercado fora desse período.

Igualmente imprópria é a comparação das estratégias de marketing da GAROTO, relativa aos Ovos de Páscoa, com os casos citados pelo Instituto Alana envolvendo a distribuição de brindes pelo Mc Donald's e pela Pepsico.

Não há falar também em imputar a GAROTO a responsabilidade pelo aumento dos índices de obesidade infantil. Totalmente sem fundamento. Além de ser inverídica a alegação de que existe estímulo ao consumo excessivo do produto, o Instituto Alana ignora o principal fator causador da obesidade infantil, que é a falta de prática de atividade física pelas crianças, decorrentes do enclausuramento devido o medo da violência, bem como a crescente utilização da internet, televisão, videogames e outros meios cada vez mais populares entre as crianças.

Pretende o Instituto Alana culpar as indústrias alimentícias pela vida sedentária que levam as crianças e pela falta de orientação dos pais no sentido de auxiliá-las a manterem uma dieta equilibrada desde a infância.

Garoto[®]

P-ES
Fl. 443
Ⓢ


No entanto, desconsidera o dever dos pais de educarem seus filhos e o poder de controle que aqueles exercem sobre os hábitos de consumo destes. Além disto é dos pais a decisão em última instância pela compra dos produtos, o que demonstra o absurdo da tentativa do Instituto Alana de se atribuir a escolha dos alimentos consumidos pelas crianças exclusivamente a publicidade.

Pelo exposto, fica claro que as acusações contidas na representação traduzem um ponto de vista subjetivo e extremista do Instituto Alana, totalmente desprovido de bases legais, científicas ou mesmo fáticas para sustentá-las.

Desta forma, requer seja inadmitida a Representação apresentada, bem como o seu conseqüente arquivamento.

Sendo o que se cumpre.
A disposição para maiores esclarecimentos.
Atenciosamente.

Vila Velha/ES, 20 de outubro de 2008.


CHOCOLATES GAROTO S/A
Barbara Christina Lobato Lucindo Pereira Loureiro
OAB 6503 - ES