



São Paulo, 8 de julho de 2009

À
Hydrogen Cosméticos - Departamento Jurídico
A/C: **Dr. Afonso Maria Bueno**
Av. Das Comunicações, 927
Osasco - São Paulo
06278-000

Ref.: 'Linha Disney Baby e Disney Kids' - Hydrogen.

Prezados Senhor,

o **Instituto Alana**, por meio de seu **Projeto Criança e Consumo**, acusa e agradece o recebimento da carta datada de 23.6.2009, no entanto vem reiterar seu pedido para que Hydrogen Cosméticos ("Hydrogen") reformule as práticas questionadas na anterior Notificação datada de 23.6.2009.

Essa mudança de paradigma por parte do Hydrogen possibilitará que sua comunicação seja recebida por um público capaz de reconhecer e avaliar criticamente as mensagens e, assim, decidir com responsabilidade e liberdade sobre a aquisição ou não do produto ou serviço oferecido.

Quanto à educação e o estímulo à higiene, ressalta-se sua importância. Entretanto, podem ser realizadas em moldes que se adéquem à ética de respeito à criança e suas vulnerabilidades, o que se distancia diametralmente de práticas que estimulam uma aquisição de algum produto ou serviço com o uso de linguagens e símbolos infantis.

Para que possa ser ampliada a necessária e importante reflexão sobre o impacto das ações comerciais voltadas ao público infantil, o **Projeto Criança e Consumo** encaminha os anexos materiais: (i) livro “Crianças do Consumo: a infância roubada”, de Susan Linn”; (ii) livreto “O que fazer para proteger as nossas crianças do consumismo”; (iii) livreto “Porque a publicidade faz mal para crianças”; (iv) documentário “Criança, a alma do negócio”, dirigido por Estela Renner; e (vi) primeiro exemplar da série “Criança e Consumo Entrevistas” que tem como eixo de discussão o tema da Sustentabilidade.

Por fim, o **Instituto Alana** por meio de seu **Projeto Criança e Consumo** manifestar disponibilidade para detalhar melhor suas ações e preocupações, caso seja de interesse de V.Sas.

Atenciosamente,

Projeto Criança e Consumo
Instituto Alana

Isabella Vieira Machado Henriques
Coordenadora do Projeto Criança e Consumo

Pedro Affonso D. Hartung
Acadêmico de Direito