



São Paulo, 27 de novembro 2009

Ao
Instituto Alana – Projeto Criança e Consumo
Rua Sansão Alves dos Santos, 102 – 4º Andar
Brooklyn Novo – São Paulo – SP
CEP: 04571-090
Fax: (55 11) 3472-1601

**A/C: Isabela Vieira Machado Henriques
Pedro Afonso Duarte Hartung**

**REF.: NOTIFICAÇÃO – AÇÃO PROMOCIONAL - DENÚNCIA “SUSTAGEN
KIDS”**

Prezados Senhores,

Fazemos referência à Notificação em epígrafe para informar e esclarecer a V. Sas. o quanto segue.

1. BREVE HISTÓRICO

Recebemos em 14 de Setembro de 2009 uma carta solicitando informações acerca de uma ação educacional envolvendo a marca “Sustagen Kids” no Colégio São Vicente de Paulo, em decorrência de uma denúncia recebida no site de V. Sas. em 13 de Agosto de 2009, na qual o denunciante alegou ter recebido do seu filho (aluno do Colégio São Vicente de Paulo), brindes do produto “Sustagen Kids”.

O denunciante alegou ainda que em nenhum momento teria sido avisado da referida ação educacional, alegando não ter sido solicitada a sua autorização.

Em resposta a esta carta, enviamos os esclarecimentos informando que a Notificada teria realizado uma ação educacional no Colégio ao Vicente de Paulo e os termos em que tal ação educacional haveria ocorrido.

Em face da resposta encaminhada, recebemos a presente notificação, a qual objetiva que a Notificada se abstenha de realizar comunicação mercadológica em estabelecimentos educacionais, uma vez que supostamente estaria se prevalecendo da vulnerabilidade infantil.

Ocorre, no entanto, que a ação educacional realizada pela Notificada em momento algum gerou qualquer prejuízo à integridade das crianças participantes ou utilizou-se da vulnerabilidade infantil para promover o seu produto. Ao contrário, conforme ficará demonstrado a seguir, a ação educacional realizada no Colégio São Vicente de Paulo tinha como intuito conscientizar os alunos do citado colégio da importância do consumo de alimentos saudáveis e seus benefícios no organismo humano.

2. DA AÇÃO EDUCACIONAL REALIZADA NO COLÉGIO SÃO VICENTE DE PAULO

Conforme previamente mencionado, efetivamente a Notificada realizou uma ação no Colégio São Vicente de Paulo, cujo o foco da referida ação era conscientizar as crianças sobre os benefícios de uma alimentação saudável e incentivá-las ao consumo de tais alimentos.

Tanto isto é verdade que na referida ação educacional houve uma apresentação teatral sobre o tema "Alimentação Saudável". Na referida apresentação, foi encenada a história de dois irmãos que viam o mundo de apenas duas cores, mas que ao ingerirem alimentos diversificados, passaram a ver o mundo colorido, conforme roteiro já enviado quando da primeira resposta.

Ressalte - se que nesta apresentação em momento nenhum há menção ao produto "Sustagen Kids". Apenas há a demonstração de alimentos saudáveis e de seus efeitos no organismo humano.

A peça teatral da qual as crianças participaram era educacional e, repita-se, não mencionava o produto "Sustagen Kids", sendo, portanto, inadmissível considerar que esta apresentação pudesse ser prejudicial, pois, diferente do



indicado pela Notificante, jamais feriu a integridade das crianças ou se aproveitou da vulnerabilidade infantil para promover o produto "Sustagen Kids".

Ademais, conforme já informado anteriormente, a Notificada jamais pretendeu que a referida ação educacional fosse realizada sem autorização dos pais. A empresa enviou, inclusive, um formulário de autorização ao Colégio São Vicente de Paulo para que este a distribuisse aos responsáveis pelos alunos, informando sobre a realização do evento e solicitando que estes autorizassem os seus filhos a participarem da ação educacional.

Conforme já informado, este formulário, por sua vez, foi recebido pelo Colégio São Vicente de Paulo em 11 de Agosto de 2009, pela Sra. Mayara Fraté. Assim, os responsáveis pelo evento pressupunham que os pais das crianças teriam autorizado estas a participarem do evento.

No que tange aos brindes distribuídos durante a ação educacional, informamos que tais brindes incluíam apenas (i) um jogo da memória com figuras de alimentos saudáveis, para incentivar as crianças a identificarem e associarem os alimentos saudáveis, (ii) um sachê do produto "Sustagen Kids" e (iii) um panfleto **direcionado aos pais**, o qual, diga-se, não possuía qualquer atrativo para a criança, por ser texto.

Além disso, na Notificação foi ainda alegado que, ao incluir nos brindes distribuídos às crianças, um sachê do produto, a Autuada teria oferecido o produto "Sustagen Kids" diretamente às crianças sem prévia autorização dos pais e que esta conduta seria desleal, pois seriam os pais das crianças que deveriam *"analisar se seus filhos necessitam de complementação em sua alimentação"* (pág. 08 da Notificação).

A Notificada concorda que são os pais os responsáveis por decidir se cabe aos seus filhos ingerirem o produto distribuído. No entanto, esclarece a Notificada que jamais ofereceu o produto diretamente às crianças. A amostra grátis do produto distribuída às crianças não estava preparada, o que impossibilitava que o produto fosse consumido diretamente pelas crianças.

Assim sendo, resta claro que antes de ingerir os produtos, as crianças entregariam o produto a um responsável para que este o preparasse, como



ocorreu com o próprio filho do denunciante. Nessa oportunidade caberia aos pais a decisão de dar ou não aos seus filhos o produto "Sustagen Kids". Portanto, o material entregue às crianças tem como destino seus responsáveis, os quais, diga-se, possuem total discernimento para decidir se o produto da Notificada seria ou não conveniente aos seus filhos.

Portanto, diferente do alegado na notificação, resta mais uma vez comprovado que a ação educacional realizada no Colégio São Vicente de Paulo em nenhum momento foi desleal ou aproveitou-se da vulnerabilidade infantil.

Feitos os esclarecimentos supra, é patente que a Notificada em momento algum prejudicou a integridade das crianças ou se utilizou da vulnerabilidade infantil para fazer publicidade do produto "Sustagen Kids".

3. DAS EXIGÊNCIAS LEGAIS PARA PUBLICIDADE A CRIANÇAS

Ficará demonstrado que a propaganda do produto "Sustagen Kids" cumpriu tudo o quanto solicitado pela legislação aplicável no que tange as exigências legais para a publicidade de produtos para as crianças.

Inicialmente, em sua notificação, o Instituto Alana sugeriu que a Notificada não mais realizasse a ação educacional baseado no fato de que as crianças seriam hipossuficientes nas relações de consumo.

A Notificada reconhece a fragilidade das crianças frente aos apelos comerciais e levou em consideração este fato para realizar a ação no Colégio São Vicente de Paulo, respeitando toda a legislação vigente sobre o assunto e atentando para a vulnerabilidade e integridade infantil.

Assim, ainda que a ação educacional tenha sido direcionada às crianças, em nenhum momento a Notificada valeu-se da hipossuficiência destas para promover a publicidade dos produtos. Até mesmo porque a Notificada acredita que a decisão da compra é efetivamente dos adultos e não das crianças.

Tanto isso é verdade que, a Notificada se preocupou em encaminhar ao colégio um formulário de autorização informando da realização da ação educacional e solicitando a autorização dos responsáveis pelas crianças, encaminhando juntamente, ainda, um panfleto informativo sobre alimentação saudável direcionado aos responsáveis pelas crianças.

Ademais, a pedagoga especialista em Educação, Cristiane Pasquinelli, quando questionada sobre a proibição das propagandas para crianças salienta que a vulnerabilidade destas seria relativa, pois, para ela, o papel dos adultos é fundamental no processo de orientação das crianças, senão vejamos:

“A vulnerabilidade das crianças é relativa. São os adultos que determinam, através de suas atitudes diárias, o que é importante. A comunicação com as pessoas com as quais as crianças têm vínculo afetivo e de confiança é o que faz a diferença”¹

Uma vez admitido que a vulnerabilidade das crianças aos efeitos da propaganda é relativa e que, na verdade, são os adultos que devem conscientizá-las acerca do consumo dos produtos, conclui-se que, desde que não sejam abusivas ou descumpram a legislação vigente sobre o tema, as propagandas podem ser feitas.

O Tribunal de Justiça de São Paulo, em recente decisão na Apelação nº 566.275.4/7, se manifestou favorável a esta posição, proferindo decisão que impede qualquer proibição de publicidade para crianças, justamente por entender que são os adultos os responsáveis por orientar as crianças, conforme se demonstra das passagens a seguir transcritas:

“Argumenta-se que a proposta de restrição da publicidade está associada a quem não detém, ainda, poder de autodeterminação. Há aí

¹ Reportagem: Câmara Federal discute a proibição da propaganda infantil, retirada do link <http://www.parana-online.com.br/editoria/cidades/news/314678>

um equívoco e uma incoerência. Os menores atuam na sociedade por representação e decidem suas vidas e seus caminhos por orientação familiar e entidades que suprem esse papel quando ingressam nas escolas de recreação ou alfabetização infantil. (...) Portanto, se as crianças não possuem discernimento para decidir, por que censurar o marketing de refrigerantes?"

(TJ/SP, Apelação nº. 566.275.4/7, Dês. ZULIANI, Ênio Santarelli, julgado em 3.09.2009)

O mesmo Acórdão ainda salientou que a propaganda para crianças **somente pode ser considerada ilegal se feita de maneira abusiva ou enganosa**, conforme trecho reproduzido a seguir:

"(...)

O Ministério Público sustenta que a obrigatoriedade de exigir que a Coca-Cola cesse com o marketing voltado ao coibir a restrição de publicidade ao público infantil e advirta os consumidores do risco da obesidade está assentada nos artigos 6º, 9º, 31 e 37 do CDC. Convém anotar que a associação dessas regras ocorre quando há publicidade enganosa e prejuízo à saúde do consumidor, o que não se provou com estudos técnicos (...)."² (grifo nosso)

Ora, a publicidade realizada no Colégio São Vicente de Paulo- em nenhum momento foi enganosa ou abusiva, de forma que mais uma vez está comprovado que a ação educacional realizada pela Notificada em momento algum desrespeitou os direitos das crianças e adolescentes.

Conforme citado pelo próprio Instituto Alana, a regulamentação de propagandas para crianças é regulada pelo artigo 37 do Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária. Tais disposições foram totalmente respeitadas pela Notificada, a qual ao organizar a ação educacional observou na íntegra as disposições previstas em tal Código, senão vejamos.

O inciso "II" do artigo 37 do Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária estabelece os requisitos necessários para a veiculação de anúncios

² TJ/SP, Apelação nº. 566.275.4/7, Dês. ZULIANI, Ênio Santarelli, julgado em 3.09.2009

de produtos destinados ao consumo de crianças e adolescentes, conforme transcrito abaixo:

"Artigo 37, II, Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária:

(...)

II – Quando os produtos forem destinados ao consumo por crianças e adolescentes, seus anúncios deverão:

- a) procurar contribuir para o desenvolvimento positivo das relações entre pais e filhos, alunos e professores, e demais relacionamentos que envolvam o público-alvo;*
- b) respeitar a dignidade, ingenuidade, credulidade, e inexperiência e o sentimento de lealdade do público-alvo;*
- c) dar atenção especial às características psicológicas do público-alvo, presumida sua menor capacidade de discernimento;*
- d) obedecer a cuidados tais que evitem eventuais distorções psicológicas nos modelos publicitários e no público-alvo;*
- e) abster-se de estimular comportamentos socialmente condenáveis."*

Conforme se demonstra do roteiro da apresentação realizada no Colégio São Vicente de Paulo, a ação educacional em momento algum desrespeitou qualquer dos requisitos supra-transcritos. Ao contrário, a apresentação tinha o intuito de contribuir para a ingestão de alimentos saudáveis, incentivando as crianças a consumirem tais alimentos.

Assim, ao promover a ação educacional a Notificada em todos os momentos procurou *"contribuir para o desenvolvimento positivo das relações entre pais e filhos, alunos e professores, e demais relacionamentos que envolvam o público-alvo (...)"* (Artigo 37, II, a, Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária)

O Instituto Alana, em sua notificação também alega que a Notificada teria contrariado disposições dos artigos 36 e 37 do Código de Defesa do Consumidor ao fazer publicidade direcionada a crianças. Conforme fartamente exposto, a simples veiculação de propaganda direcionada às crianças não é capaz de caracterizar infração consumeirista. A veiculação de publicidade



direcionada ao público infantil também não caracteriza infração a estes dispositivos, pois, conforme esclarece a jurisprudência supra transcrita, "a associação dessas regras ocorre quando há publicidade enganosa e prejuízo à saúde do consumidor"³, o que, *in casu*, jamais ocorreu.

Portanto, a ação educacional não contraria qualquer disposição legal aplicada à publicidade de produtos, pois ainda que a ação fosse dirigida ao público infantil esta respeitou tanto o Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária como o Código de Defesa do Consumidor.

Dessa forma, não há motivos para que a Notificada abstenha-se de continuar realizando essas ações educacionais, pois a mesma foi realizada de maneira ética e responsável, respeitando os parâmetros legais exigidos.

Compromete-se ainda a Notificada a continuar a fazer sua comunicação mercadológica de maneira responsável e ética, cumprindo as exigências legais e respeitando a vulnerabilidade e integridade moral das crianças.

Colocamo-nos à inteira disposição para o que se fizer necessário.

Atenciosamente,

**MEAD JOHNSON DO BRASIL COM. IMP. DE PROD. NUTRIÇÃO
LTDA.**

**Tatiana Barros
Diretora de Marketing e Planejamento Estratégico**

³ TJ/SP, Apelação nº. 566.275.4/7, Dês. ZULIANI, Ênio Santarelli, julgado em 3.09.2009