



São Paulo, 14 de junho de 2012

Ao

Excelentíssimo Senhor Doutor João Batista Ciaco - Diretor de publicidade e marketing da Fiat Automóveis S/A

Av. Do Contorno, 3455 - galpão 21, sala 16

Betim - MG

32669-900

Ref.: Apresentação do Projeto Criança e Consumo e envio de materiais.

Prezado Sr. Dr. João Batista Ciaco,

o **Instituto Alana**, por meio do **Projeto Criança e Consumo**, serve-se da presente missiva para apresentar o seu trabalho e encaminhar alguns materiais que tratam da questão do consumismo na infância, para a apreciação de V. S.^a, com a finalidade de que lhe sejam úteis nas suas reflexões diárias e que contribuam para a construção de uma infância mais feliz, livre do consumismo e de suas consequências.

O **Instituto Alana** é uma organização sem fins lucrativos que desenvolve atividades educacionais, culturais, de fomento à articulação social e de defesa dos direitos da criança perante o consumismo ao qual são expostos (www.institutoalana.org.br).

Para divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas ao consumismo na infância, assim como para apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes do marketing infantil criou o **Projeto Criança e Consumo** (www.criancaeconsumo.org.br).

Por meio do **Projeto Criança e Consumo**, o **Instituto Alana** procura disponibilizar instrumentos de apoio e informações sobre os direitos do consumidor nas relações de consumo que envolvam as crianças e acerca do impacto do consumismo na sua formação, fomentando a reflexão a respeito da força que a mídia, a publicidade e a comunicação mercadológica dirigidas ao público infantil possuem na vida, nos hábitos e nos valores dessas pessoas ainda em formação.

As grandes preocupações do **Projeto Criança e Consumo** são com os resultados apontados como consequência do investimento maciço na mercantilização da infância, a saber: o consumismo, a incidência alarmante de obesidade infantil; a violência na juventude; a erotização precoce e irresponsável; o materialismo excessivo e o desgaste das relações sociais; dentre outros.

Nesse âmbito de trabalho, o **Projeto Criança e Consumo** defende o fim de toda e qualquer comunicação mercadológica – incluindo-se a publicidade – que seja dirigida às crianças – assim consideradas as pessoas de até 12 anos de idade, nos termos da legislação brasileira vigente¹ –, a fim de, com isso, protegê-las dos abusos reiteradamente praticados pelo mercado.

Em 3.6.2012, o jornal Valor Econômico apresentou matéria, contendo trechos com falas de V. S.^a como diretor de publicidade e marketing da Fiat, sobre a iniciativa da montadora de investir em sua relação com a criança a fim de promover suas vendas. A Fiat Toys, linha infantil comercializada pela Fiat há dois anos, teria o objetivo de funcionar como “ferramenta de comunicação” com o público infantil, procurando desenvolver nas crianças uma relação de afetividade com a marca e, assim, usá-las para influenciar as compras familiares em prol dos produtos da montadora.

Tendo em vista a relação do conteúdo da ação da Fiat com seu âmbito de atuação, o **Projeto Criança e Consumo**, com o objetivo de expor o teor do seu trabalho e esclarecer a questão do consumismo na infância, cuida de encaminhar com a presente correspondência os materiais: (i) três exemplares da série “Criança e Consumo Entrevistas” que tratam da Sustentabilidade, do Estresse Familiar e da Importância do Brincar; (ii) o documentário “Criança, a

¹ Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei nº 8.069/1990 - “Artigo 2º Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade”.

alma do negócio”, dirigido por Estela Renner e produzido por Marcos Nisti; e (iii) a Série de Vídeo Entrevistas Criança e Consumo - Onze Especialistas e um Desafio.

Com isso, o **Instituto Alana**, por meio de seu **Projeto Criança e Consumo**, convida V. S.^a para uma reunião presencial, a fim de detalhar melhor suas ações e preocupações e prestar suas contribuições para a proteção da infância no âmbito das relações de consumo.

Cordialmente,

Instituto Alana
Projeto Criança e Consumo

Isabella Vieira Machado Henriques
Coordenadora
OAB/SP nº 155.097

Sarah de Figueiredo Bandeira de Melo
Acadêmica de Direito