

São Paulo, 15 de março de 2012.

Ao

INSTITUTO ALANA

A/c: Isabella Vieira Machado Henriques e Ekaterine Karageogiadis
Rua Sansão Alves dos Santos, 102, 4º andar
Brooklyn Novo - São Paulo/SP
CEP 04571-090

Ref.: Resposta à carta enviada por V.Sas. em 16/02/2012
(recebida em 27/02/2012)

Prezadas Senhoras,

Em resposta ao teor da carta enviada por V.Sas., cuja finalidade indicada na mesma foi de "(i) apresentar os trabalhos conduzidos pelo seu Projeto Criança e Consumo; (ii) solicitar informações relativas a eventuais ações de marketing ocorridas nas escolas; (iii) enviar materiais e documentos pertinentes ao tema do consumismo na infância", vimos apresentar os seguintes esclarecimentos e comentários:

1- Inicialmente, quanto ao item "(i)" acima indicado, ressaltamos a relevância da atuação de Organizações Não Governamentais, como o INSTITUTO ALANA, para a melhoria das condições sociais do nosso país, especialmente quanto ao tema da proteção dos direitos das crianças e a repressão e combate de todos os meios de divulgação de questões de consumo que possam atingir as mesmas em suas atividades cotidianas.

2- Quanto ao item "(ii)", no que se refere à solicitação de "informações relativas a eventuais ações de marketing ocorridas nas escolas", consideramos que devem ser levados em conta por V.Sas. vários aspectos não enfocados na correspondência, especialmente quanto às ações adotadas pela DURATEX e que caracterizam a inexistência de qualquer tipo de "publicidade dirigida às crianças" ou quaisquer "ações comerciais nas escolas", conforme segue adiante:

X





DURATEX

a) A DURATEX, para comemorar 60 anos da sua constituição, buscou patrocinar atividades que tivessem características culturais de educação ambiental e artística, ao mesmo tempo em que fossem inclusivas das comunidades onde possui atividades industriais e administrativas, de forma que a comemoração não ficasse restrita ao público interno.

b) A empresa, portanto, além de realizar atividades de confraternização entre seus funcionários e dirigentes, teve a preocupação de beneficiar a população dos locais onde tem unidades industriais e administrativas com eventos culturais de educação ambiental e artística. Dentre os beneficiados com tais eventos, além dos parentes diretos dos funcionários, também foi possível atingir o círculo de amizade e de convivência dessas pessoas, além da comunidade local em geral.

c) Foi nesse sentido que a DURATEX promoveu o evento "Rino Mania", cuja concepção trouxe da Inglaterra, e, também, as apresentações da Filarmônica Bachiana do SESI-SP, com a regência do maestro João Carlos Martins, tornando as comemorações mais inclusivas (alguns locais nunca haviam recebido um evento de música clássica).

d) A escolha da forma de comemoração gerou grande trabalho às áreas da empresa mobilizadas na viabilização e realização dos eventos, com expressivo investimento de recursos financeiros. O engajamento de todos os envolvidos possibilitou o pleno êxito dos eventos e a repercussão favorável em tais localidades, ficando demonstrado que todo esforço empreendido foi válido.

e) Em resumo, foram realizadas 14 apresentações da Filarmônica Bachiana do SESI-SP, atingindo um público de mais de 34.000 pessoas em 11 municípios, tendo o evento "Rino Mania" atingido um público de 237 professores e mais de 7.000 alunos, em 128 escolas desses mesmos municípios (exceção feita a João Pessoa, onde tivemos concerto e a exposição itinerante da Rino Mania, mas não foi desenvolvido o braço educacional do programa). Além disso, as esculturas de rinocerontes criadas por artistas conceituados foram expostas ao público gratuitamente e geraram R\$ 564.500,00, obtidos através da realização de leilão público, quantia integralmente destinada a 14 instituições assistenciais das localidades onde o evento ocorreu (UNICEF, 11 APAE's e 2 ONG's).

f) Enfocando mais diretamente a "Rino Mania" e as atividades realizadas nas escolas, objeto das preocupações de sua correspondência, pode-se afirmar não se tratar de ação com finalidade de marketing ou mercadológica, pois o público atingido foi o de pessoas das localidades nas quais a empresa tem unidade fabril, na grande maioria municípios de menor porte e do interior dos Estados. Estes eventos não se realizaram em locais com grande concentração de público consumidor e, destaque-se, os principais clientes da empresa são indústrias fabricantes de móveis e revendedores de materiais para construção localizados, na sua grande maioria, em locais onde não houve evento em escolas da "Rino Mania".

g) Conforme já exposto, a empresa procurou com a "Rino Mania" uma comemoração mais inclusiva dos seus 60 anos de existência, buscando uma diferenciação de eventos comemorativos que normalmente atingem o público interno e não trazem qualquer ganho cultural, de educação ambiental e artística para as comunidades que acolhem suas atividades produtivas.

X



h) Quanto ao fato das atividades se destinarem às crianças das escolas, a empresa obteve, previamente, em cada uma das 128 escolas, a aprovação pedagógica das atividades que foram realizadas através da Editora Horizontes, com grande receptividade por parte dos professores e da direção dos estabelecimentos de educação. Como exemplo de liberdade de atuação, partiu das próprias escolas a iniciativa de exposição das esculturas dos "rininhos" (esculturas de rinocerontes de menor porte) em locais públicos nos Municípios, fruto do orgulho dos alunos e professores, que tiveram suas obras artísticas expostas ao público local, obras estas que ficaram pertencendo às suas escolas.

i) É importante ressaltar que a empresa teve a preocupação de elaborar material de orientação aos professores (Caderno do Professor, cuja cópia segue anexa, juntamente com outros materiais elaborados), com a posterior realização de dezenas de oficinas, ajudando na abordagem das questões educacionais da proteção ambiental dos animais; e orientando quanto aos aspectos de educação artística envolvidos nas atividades, fato que demonstra a finalidade de realizar um evento inclusivo de educação ambiental e artística, não um evento de marketing.

j) A escolha da escultura do rinoceronte em sua forma estacionária, diversa do logotipo da empresa, que se apresenta em forma de avanço, visou ressaltar um animal com perigo de extinção pela ação predatória do ser humano.

Não é pelo fato do rinoceronte ser um animal que não faz parte da fauna brasileira, que sua preservação e a do seu habitat natural possa descaracterizar o programa de educação ambiental da Rino Mania.

A alegação de que a escolha do rinoceronte afasta o caráter de educação ambiental das atividades da Rino Mania é incoerente e até mesmo discriminatória desse animal exótico, pelo qual as crianças nutrem tanta admiração (o animal é exposto em zoológicos brasileiros e costuma ser um dos mais admirados pelas crianças nesses ambientes).

k) No caso das atividades comemorativas da "Rino Mania" realizadas nas escolas, pode-se assegurar que não houve qualquer intenção de "publicidade dirigida às crianças" e não foram realizadas "ações comerciais nas escolas", conforme aventado em sua correspondência, tendo sido certamente gerada tal preocupação em virtude do desconhecimento das características efetivas do evento.

l) É importante ressaltar, mesmo na hipótese de se considerar que o contato de crianças com eventos promovidos por empresas é prejudicial às mesmas, que não houve a intenção da empresa em obter qualquer ganho mercadológico. Nesse sentido, ressaltamos que o evento "Rino Mania" transcorreu com o máximo respeito aos princípios adotados pela empresa, especialmente no que diz respeito às normas legais vigentes.

3- Por fim, com relação ao item "(iii)" de sua correspondência, a empresa agradece o envio do material produzido pelo trabalho incessante do Instituto Alana, material que será utilizado para ressaltar ainda mais as ações pautadas no respeito aos direitos da criança, sempre considerados em seus produtos e nas atividades de comercialização que têm como norte a preservação de valores para uma sociedade justa e equilibrada.

4- Por ser medida de equilíbrio e justiça, a empresa expressa sua discordância quanto ao procedimento adotado por V.Sas. de tornar pública a opinião do Instituto Alana sem dar a oportunidade da empresa exercer seu direito de defesa prévia, conforme asseguram os incisos V e LV, do artigo 5º da Constituição Federal. Dessa forma, pede que V.Sas. reflitam sobre a injustiça do envio às Secretarias Municipais de Educação dos Municípios que apoiaram as atividades do evento "Rino Mania" e, também, da divulgação no site do Instituto Alana da correspondência enviada à empresa.

Nesse ponto, solicitamos que V.Sas. confirmem à empresa o direito de manifestação antes de qualquer outra medida que pretendam a adotar, mesmo após o recebimento da presente resposta.

5 – Concluindo, a DURATEX considera como extremamente relevante as ações e preocupações apresentadas pelo INSTITUTO ALANA voltadas para proteção dos direitos das crianças, as quais deverão ser cada vez mais incrementadas, e agradece, novamente, o material enviado.

Ficamos à disposição para realizar a reunião presencial aventada em sua correspondência e para apresentar informações ou esclarecimentos que se fizerem necessários.

Atenciosamente,

DURATEX S.A.



Monica Ramos Pinto
Diretora Executiva de Recursos Humanos



Antonio Massinelli
Diretor Executivo Jurídico

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de Agudos (SP)

A/c Sra. MARIA CECILIA BIGARELLI AYUB

Av. Faustino Ribeiro, 231 – Centro
Agudos – SP
17120-000

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de Botucatu (SP)

A/c Sr. NARCIZO MINETTO

Praça Dom Luiz Maria de Sant' Ana, 176 – Centro
Botucatu – SP
18600-311

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de Itapetininga (SP)

A/c Sra. SUZANA EUGÊNIA DE MELLO MORAES ALBUQUERQUE

Rua Gen. Carneiro, 390 – Centro
Itapetininga – SP
18200-024



DURATEX

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de Jundiaí

A/c Sr. FRANCISCO CARBONARI

Complexo Argos

Av. Dr. Cavalcanti, 396 – Vila Arens

Jundiaí – SP

13201-500

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de Lençóis Paulista (SP)

A/c Sr. LUIZ EDUARDO CONTI

Praça das Palmeiras, 55 – Centro

Lençóis Paulista – SP

18.682-900

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de São Paulo (SP)

A/c Sr. ALEXANDRE SCHNEIDER

Rua Borges Lagoa, 1230 – Vila Clementino

São Paulo – SP

04038-003

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de Taquari (RS)

A/c Sra. MARIA CONCEIÇÃO FRITZ MACHADO

Rua Osvaldo Aranha, 1790

Taquari – RS

95860-000

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de São Leopoldo (RS)

A/c Sra. LEOCÁDIA INÊS SCHOFFEN

Ginásio Municipal Celso Morbach

Avenida Dom João Becker, 271 – sala 15

93010-010

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de Uberaba (MG)

A/c Sr. JOSÉ VANDIR

Av. Dom Luiz Maria de Santana, 141

Uberaba – MG

38061-080

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de Estrela do Sul (MG)

A/c Sr.(a) Secretário(a) Municipal de Educação

Av. Alfredo Tormin, 32 – Centro

Estrela do Sul – MG

38.525-000

C/c Secretaria de Educação da Prefeitura de Cabo de Santo Agostinho (PE)

A/c Sra. GILDINEIDE S. FIALHO DE MORAES

Av. Nossa Senhora do Bom Conselho, 852 – Ponte dos Carvalhos

Cabo de Santo Agostinho – PE

54.580-430