

001/09

Curitiba, 01 de abril de 2009.

Ao

INSTITUTO ALANA

CNPJ 05.263.071/0001-09

Rua Sansão Alves dos Santos, nº 102, 4º andar, Brooklin Novo

CEP 04.571-090

São Paulo-SP

Att.: Dra. Isabella Vieira Machado Henriques, Dra. Tâmara Amoroso Gonçalves, Sra. Camila Corbetta Cruz

CONTRA-NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL

Prezados Senhores:

Na qualidade de advogados da **GIRAFFAS ADMINISTRADORA DE FRANQUIA LTDA.**, FRANQUEADORA da Rede de Franquias Giraffas, vimos acusar o recebimento de sua "**NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL**", enviada por V.Sas., datada de 26 de fevereiro de 2009, para a qual dedicamos uma particular atenção e prestamos maior amplitude de esclarecimentos sobre alguns aspectos mencionados na mesma:

1. Preliminarmente, vimos informar que não falta interesse de parte de nossa cliente, acima indicada, à vossa notificação, uma vez que a mesma foi erroneamente remetida para o endereço antigo da Giraffas, em São Paulo, sendo por tais motivos retardada a ciência do nela contido. Contudo, manifestando extremo interesse ao tema abordado, vimos agora tornar registradas as seguintes considerações.
2. Em suma, vossa notificação buscou registrar vosso entendimento acerca de dois comerciais de nossa cliente, quais sejam os veiculados nas Campanhas Giracone e Giracornetas, bem como sua análise a respeito do cardápio e dos correlatos dados nutricionais fornecidos pela Giraffas.
3. Com base na leitura da citada notificação, compreendemos o elevado e digno trabalho desenvolvido por esse Instituto Alana, sempre objetivando a proteção integral da criança e do adolescente, considerando assim, louvável a iniciativa, que vai de encontro também aos interesses maiores de nossa cliente.
4. Todavia, a fim de registrar e esclarecer acerca de alguns pontos que consideramos equivocados, gostaríamos inicialmente de falar sobre o Projeto de Lei 5921/2001: se trata, conforme o nome diz, de um projeto de lei que tramite perante a Câmara dos Deputados, pretendendo alterar o Código de Defesa do Consumidor e limitar a atividade publicitária no que diz respeito ao público infantil.

Sem dúvida muita polêmica tem gerado a proposta, uma vez que limitará a atividade publicitária, proibindo a propaganda de produtos e serviços diretamente ao público infantil, devendo os interlocutores doravante ser somente os pais. Independentemente das razões ou dos argumentos dos defensores da aprovação do Projeto, tem-se como

regra processual que ele ainda não tem vigência: a publicidade infantil atualmente não está proibida.

5. Do mesmo modo, cabe ressaltar que existe um órgão federal, denominado Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, o qual tem como função precípua a fiscalização da publicidade em território brasileiro. Esse órgão julga quaisquer tipos de infração ética ou legal que os publicitários possam promover, e não há como se negar que a atuação em defesa da criança e do adolescente é forte e efetiva. No entanto, pedimos que V.Sas. constatem, não há no Conar qualquer indício de atendimento à teoria externada em vossa notificação, de que, na interpretação de dispositivos constitucionais, do Código de Defesa do Consumidor e do Estatuto da Criança e do Adolescente, encontre-se uma tácita ou expressa proibição da propaganda dirigida ao público infantil. Dessa forma, superada a questão da publicidade infantil que, por ora, não é proibida no Brasil, passamos a tratar dos dois comerciais atacados por V.Sas. na notificação citada.

6. Sobre comercial da campanha GIRACONE, inicialmente, cabe informar que o mesmo não é um comercial dirigido ao público infantil. Apresenta uma linguagem contemporânea e faz uso do intertexto para estabelecer uma linguagem adulta, sem com isso de modo algum ofender aos legítimos interesses da infância. Pedimos que se observe que o fato de fantoches de girafas terem sido usados não leva forçosamente ao entendimento de que se trata de um comercial infantil, uma vez que a marca figurativa desta empresa se utiliza da imagem do animal e que numerosas obras, artísticas ou publicitárias, fazem uso de bonecos e representações de animais para comunicar sua mensagem, a exemplo da Ford.

Da mesma forma, pedimos que se observe que o comercial jamais foi veiculado em canal de programação infantil, sendo sempre exibido ao público adulto, em canais como o Multishow, Fox, Warner, Animax, EXN, A&E, E!, Cinemax, Sony e ESPN.

Por outro lado, a respeito de vossa interpretação pessoal sobre o filme publicitário em comento, quando V.Sas. declaram *"tratar a mulher como sendo um objeto descartável" ou mesmo consumível*, somos impelidos a informar de modo algum se trata de uma manifestação sexista, como pretendem, mas que novamente usa de modalidade de intertexto contemporâneo para transmitir uma mensagem ao público adulto, dentro do repertório que lhe é particular.

7. Já no que atine à campanha publicitária GIRACORNETAS, não há qualquer irregularidade, dentro da legislação atual vigente, que possa impedir sua veiculação. Em que pese o exame da legalidade e plausibilidade das obras publicitárias ser prerrogativa precípua do Conar, e em última instância do poder judiciário, cabe informar a V.Sas. que não se constata qualquer ofensa aos interesses infantis nessa campanha que é direcionada a esse público.

O uso da logomarca da UNICEF na campanha, por sua vez, não pode ser questionado: nossa cliente Giraffas é parceira do Fundo das Nações Unidas para a Infância e firmou compromisso de doação de recursos para os projetos da UNICEF no Brasil e de desenvolvimento de campanha pelos direitos das crianças. Vide matéria correlata em http://www.unicef.org/brazil/pt/media_13932.htm. Pedimos que se observe com critério que estamos falando de objetivos maiores, a médio e longo prazo e que a parceria celebrada conta com um acordo de interesses comuns, pelo que aquela

organização está ciente e alinhada com a atuação de nossa cliente, validando suas diretrizes em questões ligadas à infância.

8. Finalmente, no que tange ao site de nossa cliente, cabe informar que causa imensa surpresa sua análise do cardápio lá contido e de seu correlato quadro nutricional. A Giraffas, na categoria de rede de restaurantes, tem buscado reiteradamente inserir em seu cardápio opções infantis de cunho cada vez mais saudável, sendo já há alguns anos pioneira na introdução de arroz, feijão, carne e salada na sua rede de atendimento. Mas não se pode esquecer que nem por tais motivos nossa cliente se afasta da característica de restaurante, o que não é vedado nem proibido.

Em que pese vosso louvável interesse na proteção infantil, o bom senso há de permear qualquer análise, uma vez que nossa cliente não recomenda nem anuncia que seus alimentos tenham que ser consumidos todos os dias. Conta-se sempre com o bom senso do público e dos pais que, em última instância, são os responsáveis pela análise da alimentação de seus filhos. Não pode e não deve a publicidade ser unicamente responsabilizada por questões muito maiores e que dependem de educação sistêmica: para tanto, a Giraffas, como já dito, introduz opções saudáveis em seu cardápio, primando pela criança e pelo adolescente.

9. Dessa forma, com todo o respeito que é devido a vosso Instituto, serve a presente para, conforme acima, esclarecer os fatos de modo real e objetivo. **Servimo-nos ainda para notificar a V.Sas. para que se abstenham imediatamente após a recepção da presente, de publicar em seu site qualquer informação depreciativa à marca e aos produtos Giraffas, como vem ocorrendo, sob pena de adoção das medidas legais cabíveis na defesa dos legítimos interesses de nossa cliente que, entendemos, não vem perpetrando qualquer ofensa ao público infantil e adolescente.**

Certos de sua compreensão ao exposto, colocamo-nos a sua plena disposição para qualquer esclarecimento adicional que se faça necessário, primando sempre pelas boas relações e pelo bom entendimento entre os envolvidos na cadeia de atendimento à criança e adolescente, que de tanto bom senso carece para operação de seus objetivos finais.

Sendo o que tínhamos para o momento, firmamo-nos.



Natan Baril
OAB/PR 29.379
Advogados da GIRAFFAS ADMINISTRADORA DE FRANQUIA LTDA.

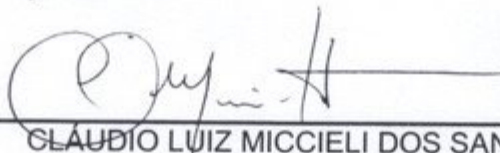


Márcio Brito
OAB/PR 48.103
Advogados da GIRAFFAS ADMINISTRADORA DE FRANQUIA LTDA.

PROCURAÇÃO

Pelo presente Instrumento Particular de Procuração, **GIRAFFAS ADMINISTRADORA DE FRANQUIAS LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, com sede no no SCS Quadra 1, Bloco "F", nr. 30, Edifício Camargo Corrêa, 14º andar, Asa Sul, na cidade de Brasília, Distrito Federal, inscrita no CNPJ sob nr. 01.603.603/0001-40, neste ato, representada na forma de estatuto social, nomeia e constitui seus bastante procuradores os advogados, **Natan Baril**, brasileiro, casado, OAB/PR 29.379, **Andre Cornelsen Brofman**, brasileiro, casado, OAB/PR n. 38.690 e **Sandra Brandão de Abreu**, OAB/SP nº. 124289, ambos com Escritório em Curitiba/PR, na Rua Senador Xavier da Silva, 488, 206A, com fone (41) 3022-8333, aos quais confere amplos poderes da cláusula *ad judicium et extra* para serem exercidos onde com esta se apresentarem, em Juízo ou fora dele, e em qualquer Instância ou Tribunal podendo propor contra quem de direito as medidas legais e as ações competentes, seguindo umas e outras até final decisão, usando dos recursos legais e acompanhando-os, tudo praticando, enfim, que seja necessário ao fiel desempenho deste mandato, inclusive, transigindo, desistindo, confessando, recebendo, dando quitação, firmando compromissos, representando, e substabelecendo o presente com ou sem reservas de poderes, **especialmente para proposição de notificações extrajudiciais em face do Instituto Alana.**

Curitiba, 25 de março de 2009.



CLÁUDIO LUIZ MICCIELI DOS SANTOS

SÓCIO GERENTE