MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DOS INTERESSES DIFUSOS E COLETIVOS DA INFÂNCIA E JUVENTUDE

São Paulo, 04 de agosto de 2015.

**Of. nº 2581/15**
**IC nº 161/15 - (favor usar esta referência)**
**SISMP nº 14.522.173/15**

**PREZADA SENHORA**

Na oportunidade em que cumprimento Vossa Senhoria, sirvo-me do presente para comunicar que sua representação protocolada sob nº 46799/15, datada de 06/04/15, originou o inquérito civil em epígrafe, com conforme cópia anexa, para conhecimento.

Ao ensejo, apresento os protestos de elevada estima e distinta consideração.

**EDUARDO DIAS DE SOUZA FERREIRA**
Promotor de Justiça

Ilma. Sra.
**EKATERINE KARAGEORGIADIS**
M.D. Advogada do **INSTITUTO ALANA**
Rua Fradique Coutinho, 50 – 11º andar
**SÃO PAULO – SP – CEP. 05416-000**
lcp/han

PJDIDCIJC
FLS. 02



**SIS MP nº 43.0522.00173/15**

**INQUÉRITO CIVIL Nº 161/15**

Trata-se de representação oferecida pelo "Instituto Alana - Projeto Criança e Consumo", noticiando possível publicidade abusiva feita e promovida pela empresa "Fábrica de Produtos Alimentícios Vigor S.A." (VIGOR) ao público infantil.

Segundo constou, a representada estaria fazendo uso de estratégias abusivas de comunicação mercadológica dirigida ao público infantil por meio do que se denominou "Projeto Escola Vigor", oferecido de forma gratuita aos alunos entre 6 (seis) e 12 (doze) anos de idade das escolas da rede pública e privada de ensino, durante o período de aulas.

O objetivo do "Projeto Escola Vigor", segundo informações coletadas pelo representante no *site* da empresa VIGOR, seria o de "ensinar as crianças de uma maneira lúdica e divertida o processo de fabricação do iogurte e derivados do leite, através de uma visita pedagógica à fábrica da Vigor" e consistiria em "(i) visita monitorada à fábrica, (ii) oficina de reciclagem com embalagens de produtos da marca Vigor, (III) degustação de produtos e (iv) visita à loja da fábrica".

Contudo, pontuou o representante que o verdadeiro objetivo da empresa seria o de "persuadir as crianças ao consumo de seus produtos", por meio de comunicação mercadológica direcionada diretamente ao público infantil mediante a associação dos produtos VIGOR às atividades escolares. Nesse sentido, argumentou que durante todo o passeio proporcionado pela representada, realizado no período de aulas, "as crianças permanecem em contato com a marca e seus produtos" e "são levadas para degustar e comprar os produtos da empresa".

A representação veio instruída com imagens da divulgação do "Projeto Escola Vigor" e de fotografias de visitas realizadas por escolas à VIGOR, bem como com cópia: 1) do parecer "Contribuição da Psicologia para o fim da publicidade dirigida à criança", do Conselho Federal de Psicologia; 2) do estudo internacional "*Children and television advertising*", da Swedish Consumer Agency; 3) de matéria jornalística extraída do *site* G1 intitulada "Tema da redação do Enem de 2014 é sobre publicidade infantil no Brasil"; 4) da publicação da Resolução n.º 163, de 13 de março de 2014, do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente - CONANDA, no Diário Oficial da União; 5) do parecer "A Constitucionalidade da Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda); 6) da Nota Técnica n.º



MP 41A

21/2014/CGDH/DPEDHC/SECADI/MEC; 7) do Relatório da ONU produzido pela Relatora Especial Farida Shaheed, no campo dos direitos culturais, apresentado de acordo com a resolução do Conselho de Direitos Humanos 19/6; 8) das Recomendações n.os 66/2014 e 67/2014, expedidas pela Procuradoria da República no Estado de São Paulo no âmbito do Procedimento Preparatório n.º 1.34.001.003482/2014-10, às prefeituras e secretarias de educação dos Municípios do Estado de São Paulo com mais de 100 mil habitantes, a primeira, e ao Secretário de Educação do Estado de São Paulo; e 9) da Nota Técnica "Publicidade em escolas - possibilidades de atuação na área do consumidor", expedida pelo Centro de Apoio Operacional Cível e de Tutela Coletiva do Consumidor deste Ministério Público de São Paulo.

Assim, e CONSIDERANDO que toda criança e adolescente goza de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata a Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade, consoante o artigo 3º do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90);

CONSIDERANDO que "é dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do Poder Público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária", conforme dispõe o artigo 4º do Estatuto da Criança e do Adolescente;

CONSIDERANDO que, nos termos do artigo 71 do Estatuto da Criança e do Adolescente, a criança e o adolescente têm direito à informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos, produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento;

CONSIDERANDO que o art. 6º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor estabelece que é direito básico do consumidor a proteção contra propaganda abusiva;

CONSIDERANDO que a publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal, conforme preconiza o artigo 36 do Código de Defesa do Consumidor;

CONSIDERANDO que é considerada abusiva a publicidade que se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança (art. 37, parágrafo 2º, do Código de Defesa do Consumidor);

CONSIDERANDO que, segundo o artigo 28 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, o anúncio deve ser claramente distinguido como tal, seja qual for a sua forma ou meio de veiculação;



MP 41A

CONSIDERANDO que é considerada abusiva, em razão da política de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, para tanto, de aspectos como a associação de seus produtos à atividade escolar, consoante prevê o art. 2º, *caput* da Resolução n.º 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente - CONANDA;

CONSIDERANDO que o Ministério Público é instituição permanente e essencial à Justiça, responsável pela defesa da ordem jurídica e tutela dos interesses sociais e dos individuais indisponíveis (Constituição da República, art. 127);

CONSIDERANDO que, dentre as funções institucionais do Ministério Público, destaca-se a promoção do inquérito civil e da ação civil pública, tendentes à proteção de interesses metaindividuais (Constituição da República, art. 129, inc. III);

CONSIDERANDO que, conforme o disposto no artigo 201, inciso V, do ECA, "compete ao Ministério Público promover o inquérito civil e a ação civil pública para a proteção dos interesses individuais, difusos ou coletivos relativos à infância e à adolescência, inclusive os definidos no art. 220, § 3º, II, da Constituição Federal"; e

CONSIDERANDO a necessidade de diligências para formar convicção definitiva sobre o direito incidente, bem assim para a reunião de elementos que fundamentem eventual propositura de ação civil pública ou tomada de compromisso de ajustamento de conduta;

com fundamento no artigo 8°, § 1°, da Lei 7.347/85, no artigo 106 e seguintes, da Lei Complementar Estadual 734/93 e no artigo 201, inciso V, do ECA, instauro o presente **INQUÉRITO CIVIL**, determinando desde logo as seguintes providências:

**1.** Juntados os documentos que integram o expediente, registre-se no SIS MP e autue-se, com as seguintes informações:

| |
|---|
| ***Representadas:*** Fábrica de Produtos Alimentícios Vigor S.A.<br>***Objeto:*** Publicidade abusiva direcionada ao público infanto-juvenil associada às atividades escolares, no período de aula |

**2.** Expeça-se ofício ao representante da "Fábrica de Produtos Alimentícios Vigor S.A.", com cópia da representação e desta portaria, solicitando-se, no prazo de 30 (trinta) dias e com fundamento no art. 201, inciso VI, alínea *c*, do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei n.º 8.069/90), o encaminhamento de relação das escolas que participaram do "Projeto Escola



MP 41A

Vigor" desde março/2015, bem como apresentando informações a respeito de quando começou o referido projeto e qual seu objetivo pedagógico;

**3.** Expeça-se ofício ao Grupo de Atuação Especial de Educação deste Ministério Público, com cópia da representação e desta portaria, para conhecimento;

**4.** Expeçam-se ofícios aos Conselhos Estadual e Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente - CONDECA e CMDCA, respectivamente -, com cópia da representação e desta portaria, para conhecimento, bem como solicitando-se, no prazo de 20 (vinte) dias, informações a respeito do noticiado e da existência, no âmbito da competência de cada órgão, de regulamentação da Resolução n.º 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente - CONANDA;

**5.** Expeça-se ofício ao Conselho de Ética do CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, com cópia da representação e desta portaria, solicitando a análise das ações publicitárias descritas e as providências cabíveis, bem como seja esta Promotoria de Justiça comunicada das medidas adotadas, no prazo de 30 (trinta) dias;

**6.** Comunique-se à representante a instauração do presente inquérito civil, encaminhando-se cópia desta portaria; e

**7.** Após, encaminhe-se o procedimento ao Núcleo de Assessoria Técnica Psicossocial - NAT, deste Ministério Público, solicitando-se a elaboração de estudo interprofissional sobre o tema.

São Paulo, 20 de julho de 2015.

**EDUARDO DIAS DE SOUZA FERREIRA**
**15º Promotor de Justiça da Infância e da Juventude**

Natália Rosalem Cardoso

NATÁLIA ROSALEM CARDOSO
Analista de Promotoria



MP 41A