

CARLOS FRANCISCO DE MAGALHÃES
GABRIEL NOGUEIRA DIAS
FÁBIO NUSDEO
CRISTINA DE CÁSSIA BERTACO

LUCIA ANCONA LOPEZ DE MAGALHÃES DIAS
FRANCISCO NICLOS NEGRÃO
RAQUEL CÂNDIDO
CRISTIANO RODRIGO DEL DEBBIO
YI SHIN TANG
JOAQUIM DO AMARAL SCHMIDI

THAIS DE SOUSA GUERRA
HERMES NEREU DA SILVA CARDOSO OLIVEIRA
JULIANA LEVERARO DE TOLEDO PIZA
NATALIA DE LIMA FIGUEIREDO
DEBORAH DE SOUSA E CASTRO MELO
PAULO HENRIQUE CAMARGO SOUZA
MARIA FERNANDA CASTANHEIRA SAAB
FERNANDA RIVIERA CZIMMERMANN
LEONARDO PEIXOTO BARBOSA
CHRISTINE SEUNG HEE PARK
GUSTAVO GIL GASIOLA

CONSULTORES ECONÔMICOS
FABIO NUSDEO
YI SHIN TANG
FRANCISCO NICLOS NEGRÃO
ANDRE DA CUNHA MICHELIN

À Ilma. 1.^a Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva da Infância e da Juventude da Capital do Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro

Inquérito Civil n.º 26/16 MPRJ (2016.01053954)

Ref.: Ofício n.º 523/2016 – 1^a PJTCIJ

HASBRO DO BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE BRINQUEDOS E JOGOS LTDA. (“HASBRO”), já qualificada, por seus advogados e bastantes procuradores, nos autos do Inquérito Civil em epígrafe, vem, respeitosa e tempestivamente¹, à presença de V. Sas., em atenção ao Ofício n.º 523/2016 – 1^a PJTCIJ, prestar os devidos esclarecimentos acerca da comunicação mercadológica de seus brinquedos das linhas NERF e NERF REBELLE. É o que se passa a expor.

¹ O pedido de dilação de prazo por 15 (quinze) dias úteis feito pela **HASBRO** foi deferido por esta ilma. Promotoria em 13.01.2017, encerrando-se, pois, em 03.02.2017, data em que é realizado este protocolo.

.I.

**Breve e fundamental
síntese dos fatos**

1. O presente Inquérito Civil foi instaurado por esta ilma. Promotoria a partir de denúncia formal do Instituto Alana contra ações de divulgação dos produtos da linha “NERF”, comercializados pela **HASBRO**.

2. Aponta a denúncia para a suposta ocorrência de abusivas ações de divulgação dos referidos produtos, uma vez que, segundo alega, desrespeitariam a hipervulnerabilidade da criança e o dever de proteção integral. Afirma-se, ainda, que a realização das ações ora questionadas (i.e. campeonatos e arenas patrocinadas pela marca “NERF” da **HASBRO**) em típicos centros comerciais (i.e., interior de lojas e Shoppings Centers) afrontaria a legislação nacional.

3. Pois bem. Recebida a abrangente denúncia, essa i. Promotoria decidiu perscrutar com maior vagar o ocorrido. Mais especificamente, instaurou o presente Inquérito Civil com a finalidade de verificar se a **HASBRO** teria veiculado publicidade abusiva quando da apresentação dos produtos NERF e NERF REBELLE, sobretudo se tais iniciativas teriam o condão de incentivar a violência.

4. Muitos méritos possa merecer o Instituto Alana quanto ao seu ideário maior de proteção da criança, no caso em tela, com o devido acatamento, inexistente afronta à legislação vigente e/ou às melhores práticas de divulgação de produtos, devendo ser o presente Inquérito Civil **imediatamente arquivado**.

5. Com efeito, as ações da **HASBRO** foram absolutamente regulares e dentro dos padrões éticos e à luz do ordenamento jurídico brasileiro, POIS:

- (i) **A UMA, a publicidade não incentivava, nem mesmo em tese, qualquer violência.** Os lançadores de espuma e água da sua linha NERF foram desenvolvidos e são regularmente comercializados há décadas no mercado. Ainda, foram criados e são tradicionalmente conhecidos como brinquedos lúdicos, coloridos e totalmente inofensivos. Ademais, o **caráter lúdico e de diversão das iniciativas ora questionadas, em verdade, apenas estimula a saudável “cultura de pares” entre as crianças e, ainda, a participação dos pais em brincadeiras com seus filhos,** afastando-se, pois, qualquer caráter violento ou abusivo das atividades.

.II.

**Preliminarmente:
Independência entre os órgãos do SNDC,
mas sempre com a necessária coordenação e harmonização**

6. Antes de mais nada, como já levantado nestes autos, cumpre destacar que, até por espraiada provocação do Instituto Alana, tanto este d. *Parquet* como o i. Ministério Público do Estado de São Paulo acabaram por instaurar Inquéritos Cíveis a fim de apurar as mesmas ações mercadológicas dos produtos da linha “NERF”.

7. Trata-se de procedimentos idênticos, de modo que, com a devida *venia*, é de rigor que o presente Inquérito seja **imediatamente arquivado**, concentrando-se a investigação perante o d. *Parquet* paulista.

8. Com efeito, a **HASBRO** não discorda que, tratando-se de matéria que versa sobre relação de consumo e proteção à infância e juventude, os diversos órgãos incumbidos da tutela do consumidor e menores, como é o caso do i. Ministério Público, têm – e devem mesmo ter – independência.

9. Tal como assegurado pela Constituição Federal e legislação específica (Lei n.º 8.625/1993 e Lei 8.078/90), ambos os órgãos possuem *independência institucional*, sendo livres para adotar iniciativas de apuração e fiscalização dentro de seu âmbito de competência. Ganha-se em agilidade e eficiência na detecção e combate a eventuais afrontas aos direitos tutelados.

10. Contudo, ainda que independentes, todos os órgãos integram um único sistema – Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e de Proteção às Crianças e aos Adolescentes – que, como qualquer engrenagem, para funcionar e atender às suas finalidades institucionais, **deve atuar de forma coordenada e coerente**.

11. Deve, assim, haver uma unidade², que exige de seus agentes uma harmonização em sua atuação concreta³.

² Cf. Calus Wilhelm Canaris, *Pensamento sistemático e conceito de sistema na ciência do direito*, Trad. Antonio Menezes Cordeiro, Lisboa, Calouste Gulbenkian, 1996, p. 12.

³ Cf. Fabio Konder Comparato, *Autonomia do ministério público: iniciativa do processo legislativo*, In *Justitia*, 60, 1999, p. 1122/1123.

12. Com efeito, o que se almeja é que todos os órgãos de proteção e defesa do consumidor, assim como todos os órgãos de proteção à criança e ao adolescente, “possam agir de forma integrada e harmoniosa na busca dos objetivos especificados na legislação consumerista”⁴, sendo esta integração essencial inclusive para se “evitar posições contraditórias ou até mesmo duplicidade de ações diante da mesma violação a direito do consumidor”⁵.

13. Em outras palavras, **a co-legitimação existente não se mostra compatível quando, no caso concreto, o exercício dos órgãos colegitimados se dá de forma simultânea, sendo, pois, vedada a existência de múltiplos procedimentos com o objetivo de apurar os mesmos fatos.**

14. Não se trata apenas de um imperativo lógico à segurança e eficiência do sistema⁶: tal coordenação resta **expressamente prevista em Lei**, que contempla inúmeros dispositivos para regulamentar o modo como integram e se coordenam os diferentes agentes do SNDC, inclusive em discussões de (suposta) publicidade abusiva direcionada às crianças, como é o caso discutido nestes autos.

15. Assim é que, por exemplo:

- (i) a Lei da Ação Civil Pública proíbe seja ajuizada a mesma demanda por mais de um ente legitimado⁷;
- (ii) o art. 3.º, inciso VI, e 5º do Decreto n.º 2.181/97 proíbem múltiplas investigações sobre um mesmo fato⁸;

⁴ Cf. Leonardo de Medeiros Garcia, *Direito do consumidor*, Niterói, Impetus, 2009, p. 433.

⁵ Cf. Benjamin Marques Bessa, *Manual de Direito do Consumidor*, RT 2007, p. 341/342.

⁶ “A confiança dos cidadãos é constituinte do Estado de Direito, que é, fundamentalmente, estado de confiança. Seria mesmo impensável uma ordem jurídica na qual não se confie ou que não viabilize, por seus órgãos estatais, o indispensável estado de confiança. A confiança é, pois, fator essencial à realização da justiça material, mister maior do Estado de Direito” (cf. STF, Pet. 2900-RS, Rel. Min. Gilmar Mendes).

⁷ Salvo em caso de extinção por falta de provas (LACP, art. 16).

⁸ Nos termos do art. 3.º, VI do Decreto n.º 2181/97,: Compete à Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério d Justiça representar ao Ministério Público competente, para fins de adoção de medidas processuais, penais e civil, no âmbito de suas atribuições. Já em relação ao art. 5º, cabe à SENACON resolver eventuais conflitos de competência, decorrentes da instauração de mais de um processo administrativo, por pessoas de direito público distintas, para apuração de um mesmo fato: “Parágrafo único. Se instaurado mais de um processo administrativo por pessoas jurídicas de direito público distintas, para apuração de infração decorrente de um mesmo fato imputado ao mesmo fornecedor, eventual conflito de competência será dirimido pela Secretaria Nacional do Consumidor, que poderá ouvir a Comissão Nacional Permanente de Defesa do Consumidor – CNPDC, levando sempre em consideração a competência federativa para legislar sobre a respectiva atividade econômica.”

- (iii) o art. 6.º, §4.º, também do Decreto n.º 2.181/97, estabelece que, assim que celebrado TAC, *serão suspensas imediatamente, e posteriormente arquivadas, todas as investigações em curso sobre os mesmos fatos*⁹; e
- (iv) o Enunciado n.º 6 do Conselho Superior do Ministério Público/MG, que afirma que *“havendo conexão ou continência entre fatos diversos, convém sejam objeto de um único procedimento investigatório”*.

16. Não por outro motivo que já decidiu o E. Superior Tribunal de Justiça que: *“não obstante serem autônomos e independentes quanto à fiscalização e controle do mercado de consumo, **não se demonstra razoável e lícito a aplicação de sanções a fornecedor, decorrentes da mesma infração, por mais de uma autoridade consumerista**, uma vez que tal conduta possibilitaria que todos os órgãos de defesa do consumidor existentes no País punissem o infrator, desvirtuando o poder punitivo do Estado”*¹⁰. Nesta oportunidade, E. Min. LUIZ FUX pediu vista para acrescentar que a *“concorrência de competências administrativas para a tutela do consumidor visa a assegurar a eficiência da defesa consumerista, não sendo lícito, entretanto, admitir-se que, pela mesma infração, todas as autoridades possam sancionar”*¹¹ (Doc. 01).

17. E não poderia mesmo ser diferente.

18. Como se sabe, **a natureza da proteção dos direitos difusos não é compatível com a interposição de múltiplas ações civis públicas** – ou, igualmente, medidas administrativas preparatórias que resultem em tais ações coletivas –, justamente porque, na ação civil pública, *a legitimação ativa se dá em regime de substituição processual, com titulares indeterminados*¹².

19. A duplicidade de investigações **causa insegurança e ônus desproporcional aos administrados, sem qualquer benefício ao consumidor**.

⁹ Art. 6.º, §4.º: “A celebração do compromisso de ajustamento suspenderá o curso do processo administrativo se instaurado, que somente será arquivado após atendidas todas as condições estabelecidas no respectivo termo”.

¹⁰ Cf. STJ, REsp n.º 1.087.892, Rel. Min. Benedito Gonçalves.

¹¹ **Anote-se ainda precedente do E. Tribunal de Justiça de São Paulo**: “PROCON. Auto de infração e imposição de multa. Denúncia de Consumidores e reclamações, formalizadas perante o PROCON. Disponibilização ininterrupta do SAC e impossibilidade de Interrupção do atendimento (SAC). Decreto Federal 6.523/08 – cometimento de infrações da mesma natureza em períodos idênticos, objeto de multas distintas pelo DPDC (de âmbito federal) e pelo Procon (estadual). inadmissibilidade violação do princípio do *non bis in idem*” (cf. TJSP, Ap. n.º 0045259-44.2009.8.26.0053, Rel. Des. Alves Bevilacqua). Mais: *“se assim fosse, chegar-se-ia ao raciocínio absurdo de que a GMB poderia ser punida tantas vezes quanto fossem o número de órgãos de defesa do consumidor existentes no país. Ou seja, a GMB poderia sofrer milhares de multas aplicadas nas mais variadas gradações”* (Cf. Ap. n.º 344.553-5/0-00, Rel. Des. Milton Gordo).

¹² Cf. STJ, REsp n.º 440.002/SE, j. em 6.12.20014.

20. Uma vez que um dos órgãos legitimados adotou as medidas necessárias para a investigação e neutralização de potencial risco ao direito do consumidor – seja ele adulto, idoso, enfermo ou criança –, devem restar fechadas as portas à instauração de nova investigação ou imposição de penalidades pelos demais, sob pena de causar, inclusive, decisões contraditórias.

21. É exatamente o caso em tela. Como se observa, no caso específico destes autos, tanto o d. Ministério Público de São Paulo como este d. Ministério Público do Rio de Janeiro receberam a **mesma** denúncia do Instituto Alana e **deram** início – ainda que em momentos distintos - **a inquéritos idênticos, sob as mesmas alegações, visando apurar os mesmos fatos** (cf. Doc. 02 – Portaria de instauração do Inquérito Civil n.º 282/16, no âmbito do MPE da Infância e Juventude do Estado de São Paulo, para investigação dos mesmos fatos/denúncia).

22. Ou seja, **atualmente existem dois procedimentos que, sendo irmãos siameses, correm em paralelo, mas junto a autoridades públicas distintas.**

23. Tal situação, *data maxima venia*, não pode perdurar por mais tempo. Permitir que as duas autoridades assumam, ao mesmo tempo, a condução de investigações sobre o mesmo fato, instauradas a partir da mesma denúncia, apenas incentivaria a insegurança jurídica sem benefício concreto à tutela do consumidor, muito ao contrário.

24. Soma-se a tudo isto o fato de que a duplicidade de atuação importa em desnecessário dispêndio de recursos públicos, em franca colisão ao princípio da eficiência (art. 2.º, Lei de Processo Administrativo e art. 37 da CF). Ora, como se sabe, a condução de complexos procedimentos investigativos é custosa ao Poder Público, que, sobretudo no Brasil, precisa buscar sempre o melhor resultado com a menor quantidade possível de recursos.

25. E tudo isto sem falar nos custos desproporcionais e injustificados ao próprio administrado-investigado, que passa a ter que se defender e prestar esclarecimentos a diferentes órgãos, ainda que sobre os mesmos fatos, por conta da mesma denúncia e quanto à tutela do mesmo bem jurídico¹³.

¹³ Nesses termos, e ainda que formalmente se possa assumir certas especificidades na atuação de um ou outro Ministério Público, não se pode olvidar que, *in casu*, ambas investigações tomam como base o mesmo fato e buscam solucionar uma mesma questão, tendo por escopo tutelar a criança em relação a suposta e alegada publicidade (comunicação mercadológica) abusiva, **em evidente identidade de objeto.**

26. Por derradeiro, mas de forma alguma menos importante, a duplicidade de procedimentos investigativos também desencadeia o risco de **gravíssimo e vedado bis in idem** (art. 5º, XXXIX, CF)¹⁴ à Investigada no caso *sub examine*¹⁵, haja vista a indiscutível identidade de objeto entre as investigações encabeçadas pelo d. MPE/RJ e pelo d. MPE/SP, ambos da Infância e Juventude.

27. Neste particular, permita-nos, *data maxima venia*, transcrever abaixo o entendimento do Ilmo. MPE/SP em situação bastante semelhante, cuja lição nos parece valiosa para a solução do presente conflito de atribuições:

*“Cumpre lembrar que situação semelhante de multiplicidade de procedimentos entre o Ministério Público e o Ministério Público Federal foi enfrentada também na Representação n.º 125/15 (SIS MP n.º 43.05222.0000134/2015-1), oferecida também pelo Instituto Alana – Projeto Criança e Consumo. **Na ocasião a referida Representação foi indeferida por esta promotoria de Justiça por terem os mesmos fatos originados a Ação Civil Pública n.º 0013789-65.2009.4.03.6100 proposta pelo Ministério Público Federal.**”¹⁶ (Doc. 03)*

28. Como se vê da decisão acima, este tratamento é, de fato, o mais prudente e adotado pelos diferentes Ministérios Públicos. Da mesma forma, em outra situação de clara identidade entre os procedimentos instaurados, isto é, de um lado, a Promotoria de Justiça Especializada de Defesa do Consumidor do Ilmo. MPE/Rio Grande do Sul e, d’outro, a i. Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor do MPE/SP, **decidiu-se pelo pronto arquivamento de um dos inquéritos** instaurado com o mesmo objeto (no caso, o IC do RS foi arquivado e remetido a São Paulo, em razão de São Paulo ter instaurado primeiro e a sede da empresa restar naquele Estado – **Doc. 04**)¹⁷.

¹⁴ Conforme Rodolfo Tigre Maia, “Do princípio da legalidade penal, insculpido no inciso XXXIX do art. 5º da CF de 1988 e no art. 1º do Código Penal, decorre a obrigatoriedade da fixação de uma sanção atrelada univocamente a uma dada norma penal incriminadora e delineada com anterioridade àquela prática ilícita considerada (nulla poena sine prævia lege). (...) Destarte, como restrição a direito fundamental, a pena só se valida na implementação da menor compressão possível aos direitos do indivíduo apenado (princípio da proporcionalidade em sentido estrito), ou seja, quando ela não ultrapassa (e aqui surge a proibição de excesso) a dosagem adequada no caso concreto para realizar aquele mister protetivo de bens jurídicos e sopesados seus fins preventivos (esses com a ingerência do gradiente neles projetado por meio do parâmetro máximo de reprovação fornecido pela culpa e das necessidades da prevenção para o estabelecimento do mínimo sancionador aplicável) (*O princípio do ne bis in idem e a Constituição Brasileira de 1988*, in Boletim Científico da Escola Superior Do Ministério Público da União).

¹⁵ No mesmo sentido: “Não se pode admitir, em casos tais, que todos os órgãos competentes apliquem de modo cumulativo a sanção administrativa prevista na lei. O legislador, ao tipificar a conduta delituosa, estabeleceu a sanção administrativa adequada e proporcional ao fato praticado e à finalidade preventiva que justifica o exercício da competência punitiva da administração. A sanção adequada e proporcional prevista na lei pressupõe uma única aplicação para cada conduta delituosa, não diversos” (cf. Rafael Munhoz de Mello: Princípios constitucionais do direito administrativo sancionador, São Paulo, Malheiros, 2007, 103).

¹⁶ Cf. Decisão de Promoção de Arquivamento proferida pelo MPE/SP nos autos do Inquérito Civil n.º 161/15 (SIS MP n.º 14.0522.0000173/2015).

¹⁷ Cf. Of. 961/2016/PJDC expedido no âmbito do Inquérito Civil n.º 00832.00106/2016 (**Doc. 04**)

29. *Summa summarum*: se não se pode aceitar duas condenações sobre o mesmo fato (*bis in idem*) e, se não se deseja a prolação de decisões finais que sejam, inclusive, potencialmente contraditórias, em prejuízo à harmonia do SNDC, por que então levar a cabo duas *investigações siamesas*?

30. Diante do quanto exposto, e sempre com o devido acatamento, percebe-se que, a despeito da co-legitimação de ambos os *Parquet Estaduais* para apreciarem a questão trazida pelo d. Instituto Alana, impossível manter a condução, simultaneamente, de procedimentos iguais, sob pena de se causar prejuízo ao administrado, razão pela qual um deles deve ser imediatamente arquivado.

31. A propósito, sobre o tema, é sempre valiosa a lição proferida pelo ilustrado Procurador Geral de Justiça do Estado de São Paulo, Dr. JOSÉ GERALDO BRITO FILOMENO, segundo a qual, em casos de conflitos de atribuições entre autoridades ministeriais e, em se tratando de interesses difusos, o critério para a solução de conflitos deve levar em conta (i) **o critério de prevenção**; (ii) **o local que melhor atenda aos titulares do interesse do direito ameaçado**; ou (iii) **o local onde se situa o agente supostamente causador do dano (Doc. 05)¹⁸**.

32. Destarte, sem prejuízo de todos os esclarecimentos de mérito a seguir prestados, mas considerando que:

- (i) ainda que a denúncia do Instituto Alana tenha sido direcionada a esta ilma. Promotoria, o *Parquet* paulista instaurou o Inquérito Civil em momento temporalmente anterior – respectivamente, os inquéritos foram instaurados em 01.12.2016 (São Paulo) e em 06.12.2016 (Rio de Janeiro);
- (ii) tanto o Instituto Alana quanto a **HASBRO** estão sediadas na capital do Estado de São Paulo;
- (iii) por fim, a maior parte dos fatos apurados ocorreu no estado de São Paulo, mas é certo, ainda, que tendo igualmente ocorrido em outros Estados (âmbito nacional), não se verifica qualquer prática exclusiva do estado do Rio de Janeiro que pudesse, mesmo em tese, justificar um interesse eminentemente local, e apenas do RJ, para a manutenção dos autos neste estado.

¹⁸ Cf. FILOMENO, José Geraldo Brito. Ação Civil Pública Consumerista: Conflitos de Atribuições entre Ministérios Públicos. In: *Revista do Tribunal Federal da 3ª Região*, N. 84. São Paulo: IOB, Julho/Agosto de 2007, p. 120 (Doc. 05).

33. Do exposto, sugere-se, respeitosamente, que a **presente investigação seja, portanto, concentrada perante o d. *Parquet paulista*, devendo o presente Inquérito no Rio de Janeiro ser imediatamente arquivado**, com a remessa dos autos a São Paulo – ou, quando menos, suspenso até o término daquela investigação.

.III.

Dos produtos HASBRO objetos do Inquérito Civil: Brinquedos inovadores, seguros e de qualidade

34. Fiel aos princípios da eficiência, colaboração e transparência, a **HASBRO** passa a apresentar seus esclarecimentos acerca da denúncia ora apresentada, acreditando, de toda sorte, no acolhimento da preliminar acima arguida, por todas as razões expostas e que, com a devida vênua, justificam o pronto arquivamento dos autos no âmbito deste respeitado *Parquet*.

35. Presente no Brasil desde 2008, mas fundada há quase um século nos Estados Unidos, a **HASBRO** é uma das maiores e mais tradicionais empresas do mundo no segmento de entretenimento, brinquedos e jogos de tabuleiro.

36. Para além dos produtos da linha “NERF”, a ora Investigada é detentora, ainda, de muitas das mais conhecidas e queridas marcas neste segmento, tais como “MONOPOLY”, o jogo de tabuleiro mais vendido no mundo, “BABY ALIVE”, “PLAY-DOH”, “PLAYSKOLL”, “G. I. JOE”, “FUR REAL FRIENDS”, “MR. POTATO HEAD”, “TRANSFORMERS” e “MY LITTLE PONY”.

37. Para alcançar e se manter em posição de destaque no mercado, a **HASBRO** não só investe em constante inovação, mas na construção/mantença de uma importante reputação para com os seus consumidores.

38. Neste sentido, d’um lado, a **HASBRO** se esmera na fabricação de produtos certificados pelo INMETRO e pelas mais respeitadas autoridades mundiais e, assim, de acordo com as mais rigorosas normas nacionais e internacionais de segurança. D’outro, segue rigorosos códigos de conduta e princípios éticos. A **HASBRO** pauta sua atuação dentro de todos os parâmetros legais e regulatórios vigentes em todos os países em que atua, para todos os seus produtos e respectivas campanhas publicitárias.

45. O seu caráter lúdico é até mesmo ostensivo, haja vista sua funcionalidade – lançadores de água que muito lembram as brincadeiras assemelhadas às clássicas “*gincanas de bexigas d’água*”, ou, ainda, lançadores de espuma assemelhados aos tradicionais brinquedos de “*alvo*” – e que, portanto, não geram qualquer risco às crianças.

46. Trata-se da conhecida brincadeira lúdica de água, em piscinas, quintais, jardins, ou mesmo dentro de casa, sem qualquer possibilidade de causar ferimentos ou machucados. **São brinquedos, pois, que proporcionam momentos de verdadeira diversão, tanto entre crianças como entre elas e seus pais.** Nesse passo, fomentam, portanto, a brincadeira em grupo e a chamada “cultura de pares” entre as crianças, inclusive, entre meninos e meninas, típica e de extrema importância para tal faixa etária, como se bem sabe.

47. É neste contexto, pois, que as ações patrocinadas pela **HASBRO** e ora questionadas se inserem: proporcionar às crianças, sobretudo durante o período de férias, **diversão em grupo, de forma clara, responsável e segura.**

.IV.

Das ações questionadas pelo Instituto Alana: Atividades preparadas com cuidado e respeito às crianças, com direta participação/prévia autorização dos pais/responsáveis

48. Antes de mais nada, a **HASBRO** pede vênias para bem delimitar o escopo e objeto do presente Inquérito Civil. Muito embora o Instituto Alana, em sua denúncia, descreva inúmeras ações realizadas pela Investigada ao longo dos últimos anos, mostra-se relevante para o presente processo as ações atualmente em curso – isto é, campeonatos e arena realizados em 2015 e 2016.

49. Neste particular, informa-se, desde logo, que o “Nerf Adventures - 1º Campeonato de Dardos de Aventura”, conduzido em 2011 e objeto do item I da denúncia, foi realizado há mais de cinco anos **e não teve a sua dinâmica repetida pela HASBRO.**

50. Vale dizer: todos os campeonatos que se seguiram, em 2015 e 2016, por decisão da empresa, não tiveram como critérios a premiação em dinheiro, tampouco a entrega de produtos da marca. As premiações dos campeonatos, na atualidade, ocorrem em forma de certificados de participação, medalhas ou troféus, típicos dessa modalidade de evento/esporte.

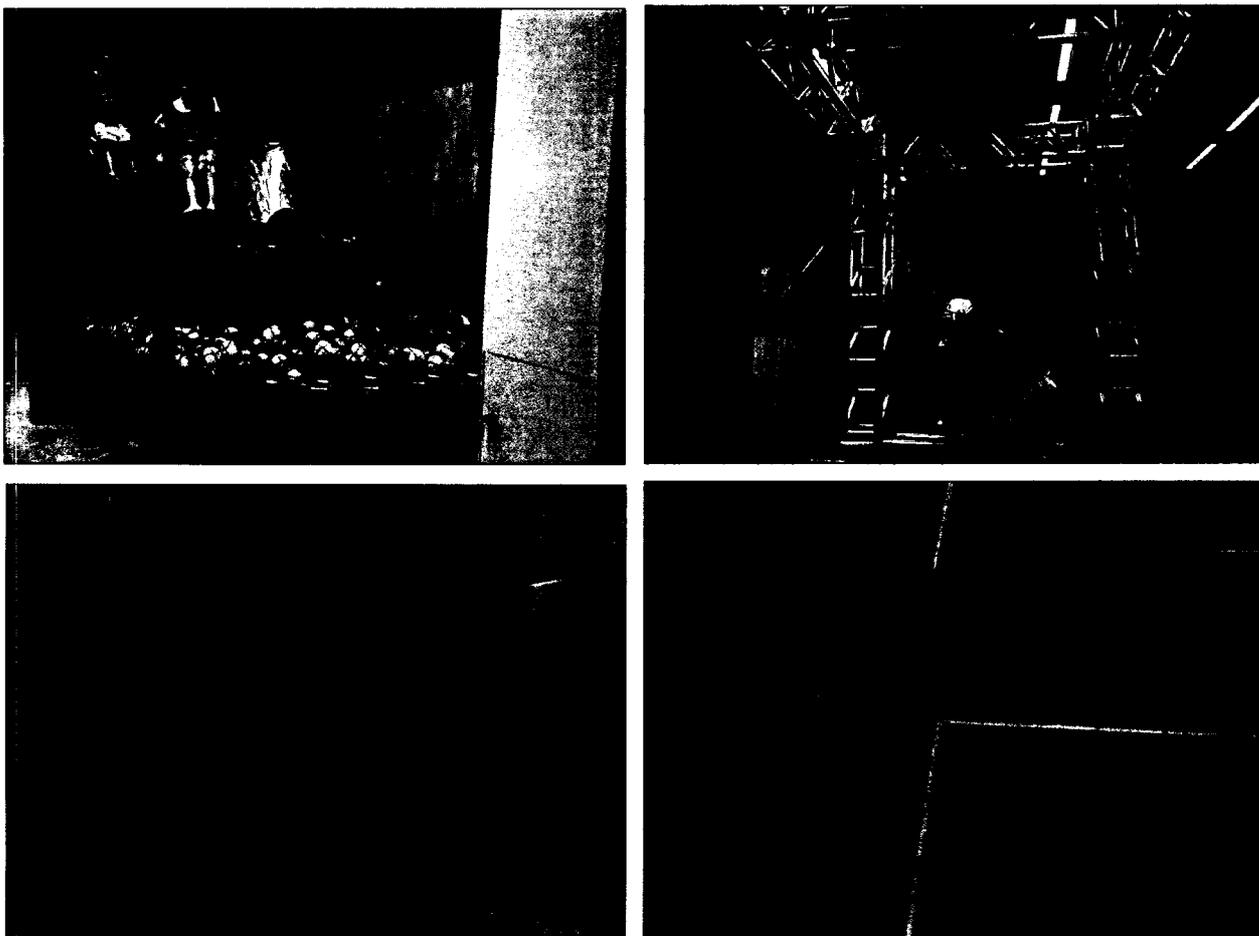
51. Ademais, no que tange à ação mencionada na escola Pernalonga (fls. 21/23 da denúncia), cumpre informar que não houve – e nem haverá – qualquer outra ação desta natureza, em nenhuma outra escola, por parte da **HASBRO. Tratou-se, pois, de ação pontualíssima e isolada, encerrada, podendo-se afirmar com segurança que a empresa não realiza qualquer ação comercial em escolas, à luz de sua rigorosa política de comunicação mercadológica.**

52. Nada obstante, esclareça-se apenas à título de informação que – consoante declaração do próprio diretor da escola – *a ação teve o interesse da escola para o fim de demonstrar (durante as férias), competições esportivas menos famosas no Brasil, como críquete, badminton e o tiro, que é uma modalidade olímpica (fls.23 da denúncia).*

53. Dito isto, cumpre detalhar a dinâmica das duas ações comerciais, de fato, foco da presente denúncia, notadamente:

(i) **ARENA NERF** – Consistente em um espaço temático montado em área do Shopping Recife durante o período de 01 a 31 de julho de 2016, composto por um circuito de seis atividades/missões – notadamente, escalada, cama de gato, labirinto, ponte suspensa, rastejo e casa abandonada. Para participar da brincadeira, deveriam ser formados grupos de 6 a 10 crianças – dentre meninos e meninas, indistintamente -, a partir de 08 anos de idade. Cada rodada tinha duração média de 15 (quinze) minutos e o valor do ingresso era de R\$ 15,00 (quinze reais) por participante. **Para que pudessem participar, ademais, as crianças deveriam estar acompanhadas de seus pais ou responsáveis e, ainda, atender a todas as disposições do regulamento²⁰ (Doc. 06).** Todas as atividades eram igualmente monitoradas pelos promotores da arena, trajados com roupas específicas. Vale notar, que as exigências e cuidados mencionados se verificavam igualmente no circuito montado em 2011. Para ilustrar referida ação, confira-se algumas imagens das atividades da **Arena Nerf**:

²⁰ Veja-se que o próprio regulamento contava com disposições acerca do uso correto dos lançadores NERF, sendo vedado aos participantes apontá-los aos demais participantes ou acertá-los intencionalmente com os dardos durante a atividade. Igualmente, não eram admitidas atitudes desrespeitosas contra os participantes e uso da força (cf. Regulamento – **Doc. 06**).



(ii) **CAMPEONATO NERF e NERF REBELLE** – Consistente na promoção de campeonatos regionais ocorridos durante os dias 05 e 31 de julho de 2016, realizados em parcerias com as lojas RI HAPPY e PBKIDS. Os campeonatos – realizados em formato bastante similar em diversos outros países - eram realizados em lojas pré-determinadas das duas redes, em dois turnos, sempre aos sábados, conforme relação constante do regulamento (Doc. 07), **sendo desnecessária a inscrição prévia do participante ou mesmo a compra de qualquer produto NERF ou HASBRO.** Um promotor, devidamente identificado, acompanhava o campeonato e ensinava aos participantes o objetivo do jogo e a forma de pontuação. Cada participante tinha direito a 06 (seis) lançamentos em um alvo fixo, que atribuía determinada pontuação. Ao final, todos os meninos e meninas que participaram do campeonato recebiam certificados de participação. Os três participantes que obtivessem a maior pontuação de cada turno recebiam, ainda, medalha de participação e eram classificados para a grande final, realizada no dia 31/07/2016. Na grande final, os três vencedores do campeonato recebiam, respectivamente, troféus de 1º, 2º e 3º lugares. **Para a participação no campeonato era igualmente necessária a expressa autorização dos pais ou responsáveis.** Importante destacar, por fim, que não havia premiação em dinheiro e/ou em produtos NERF ou HASBRO.



Fig. 02 – Certificado de Participação entregue a todos os participantes



Fig. 03 – Medalha de Participação entregue aos 03 primeiros colocados de cada turno



Fig. 04 – Troféus de Participação entregues aos 03 primeiros colocados da Grande Final

54. Nesse passo, as ações realizadas pela **HASBRO**, objeto da denúncia do Instituto Alana:

- (i) eram absolutamente incapazes de incitar a violência;

- (ii) respeitaram todos os princípios éticos estabelecidos pelo CDC e também pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação publicitária (CBARP) do CONAR, , dentre eles, evidentemente, a dignidade, ingenuidade, credulidade, inexperiência e o sentimento de lealdade das crianças;
- (iii) contribuem ainda à socialização lúdica da criança e à “cultura de pares” (brincadeira/troca criança com criança, entre ambos os gêneros), com a direta participação dos pais, na esteira da jurisprudência; e
- (iv) apresentam caráter comercial perfeitamente identificado, não havendo qualquer publicidade oculta às crianças.

55. Vejamos, pois, tudo isto, em detalhes e à luz das normas aplicáveis.

.V.

Da inexistência de qualquer conteúdo violento

56. Em primeiro lugar, a **HASBRO** esclarece que as ações comerciais realizadas pela **HASBRO**, ambas descritas acima, tinham manifesto caráter mercadológico (ações patrocinadas) e foram realizadas de forma perfeitamente adequada à luz do ordenamento jurídico pátrio. Todas as ações tiveram caráter extremamente lúdico e visavam proporcionar apenas um momento de diversão – e não de violência - para as crianças durante o período das férias escolares de julho.

57. Como dito, os brinquedos NERF foram desenvolvidos na década de 1970 e, desde que a linha foi adquirida pela **HASBRO**, **seguem rígidas políticas e diretrizes nacionais e internacionais para a sua divulgação comercial**. Dentre elas, apenas à título de ilustração, podemos mencionar alguns princípios que devem ser seguidos no desenvolvimento de conteúdo publicitário dos produtos NERF:

- (i) *Não incluir nenhum comportamento ofensivo, violento ou com linguagem ou comportamento inapropriado.*
- (ii) *Todo o conteúdo deve ser adequado para o acesso de crianças de 08 anos de idade (tendo em vista que a grande parte do portfólio de NERF é indicada para crianças acima desta faixa etária).*
- (iii) *Não demonstrar nenhuma tentativa de machucar terceiros ou causar qualquer dano de forma proposital.*

- (iv) *Não demonstrar miras ou indivíduos apontando os lançadores em pessoas, animais ou, ainda, objetos frágeis/quebráveis.*
- (v) *Todos os lançamentos devem ser feitos abaixo do ombro, dentre outras diretrizes de segurança, respeito e lealdade na brincadeira de água e espuma.*

58. As ações realizadas pela **HASBRO**, portanto, nunca incentivaram a violência. As gincanas e competições realizadas, como dito acima, não colocavam uma criança contra a outra, tampouco exigia que um grupo “*duelasse*” com outro. Muito pelo contrário, as atividades eram realizadas em grupos, justamente como foram de incentivar a interação entre as crianças e seus pares e entre elas e seus pais.

59. A ARENA NERF montada no Shopping Recife, aliás, contava com diversas atividades/missões, mais especificamente, escalada, cama de gato, labirinto, ponte suspensa, rastejo e casa abandonada. **Nada, pois, que estimule um comportamento violento ou perigoso.**

60. A confirmar todo o exposto, veja que o Regulamento para a participação na ARENA NERF deixava consignado que era **expressamente proibida a adoção de qualquer comportamento violento contra os demais participantes da atividade**, sob pena de exclusão daquele que violasse as normas da ARENA (**Doc. 06**):

“É proibido apontar os lançadores para os demais participantes, ou acertá-los intencionalmente com os dardos durante a sessão.”

“Não serão admitidas atitudes desrespeitosas contra os participantes, uso de força, danos aos brinquedos ou aos elementos do cenário, podendo resultar no cancelamento da participação daqueles que desrespeitarem as regras do evento, sem reembolso do valor pago.”

61. Como se vê, as ações realizadas pela **HASBRO** não podiam, nem mesmo em tese, incitar a violência ou qualquer outro tipo de comportamento perigoso.

62. De mais a mais, os lançadores NERF não podem ser confundidos com armas de fogo ou com qualquer outro objeto violento.

63. O próprio Ministério Público de São Paulo, aliás, analisando a constitucionalidade de uma lei paulista que objetivava proibir a comercialização de armas de brinquedo, concluiu que, para além da lei ser inconstitucional, eventual proibição só poderia recair sobre *réplicas fiéis de armas de fogo, que possam intimidar a população* – o que, evidentemente, não é o caso dos lançadores NERF, haja vista seu *design* infantil, cores, características e funcionalidades:

*“Especialmente no que interessa ao presente incidente, o Estatuto do Desarmamento vedou a fabricação, circulação e comercialização de brinquedos que consubstanciem réplicas de armas de fogo, excepcionando a regra em seu parágrafo único. [...] A interpretação do referido dispositivo permite concluir que o legislador federal visou **combate as atividades que envolvam produção e comercialização de armas de brinquedo que sejam imitações fiéis das originais, com mesmo poder de intimidação.** [...] É bem de ver que a lei estadual é mais abrangente do que a lei federal, porquanto veda também a fabricação e a comercialização de armas de brinquedo lato sensu, incluindo as **inconfundíveis com as suas correspondentes verdadeiras**, alcançando tal proibição as indústrias, o comércio regular e o comércio ambulante.”²¹*

64. No mesmo sentido, é este também o entendimento de nossos Tribunais quanto aos brinquedos que **não guardam qualquer similitude** com as armas de fogo, como é o caso dos lançadores **lúdicos e coloridos** da **HASBRO**:

*“Afora isso, **estaria a haver verdadeira invasão de competência legislativa também no que concerne à fiscalização e proibição de comercialização de brinquedos que não devem ser considerados sequer como simulacros de armas de fogo**, o que aí sim seria de todo recomendável, inclusive à luz da campanha de desarmamento já empreendida na Nação, com a promulgação da Lei nº 10.826/03. É preciso deixar bem delineado que a proibição relativa a brinquedos se aplica apenas e tão somente àqueles que se confundem com arma de fogo.”²²*

*“Sobre o assunto, dispõe a Lei nº 10.826/2003 (Estatuto do Desarmamento), em seu artigo 26, ser vedada “a fabricação, a venda, a comercialização e a importação de brinquedos, réplicas e simulacros de armas de fogo, que com estas se possam confundir”. **A restrição à comercialização estabelecida pela lei federal, como se vê, restringe-se às armas de brinquedo passíveis de se confundirem com armas de fogo (simulacros e réplicas), excluindo do âmbito de sua incidência, por evidente, aquelas que não detêm essa característica. Não se confundem, por certo, com os produtos comercializados pela autora, que por suas características de design, cor e funcionamento (vide imagem do produto à seq. 1.1) não possuem qualquer semelhança com as réplicas e simulacros.** Tal fato, afirmado na inicial, sequer foi impugnado em sede contestatória.”²³*

²¹ Cf. TJ/SP, Parecer do MP/SP em incidente de inconstitucionalidade n.º 0043759-58.2016.8.26.0000, suscitado pela 6.ª Câmara de Direito Público do Tribunal de Justiça de São Paulo (fls. 378/397 dos autos).

²² Cf. TJ/SP, AglIns n.º 2223892-32.2014.8.26.0000, Rel. Des. Sidney Romano dos Reis, j. em 11.12.2014.

²³ Cf. TJ/PR, processo n.º 0084092-57.2014.8.16.0014, 2ª Vara da fazenda Pública de Londrina, Juiz Dr. Marcus Renato Nogueira Garcia, j. em 18.12.2014.

65. Claro está, com o devido acatamento, que a iniciativa da denunciante Alana tem por escopo estratégico fomentar uma avaliação *per se* e pejorativa dos lançadores NERF, desprovida, porém, de respaldo na realidade. Não se trata, nem de longe de brinquedos assemelhados a armas e/ou que incitam a violência. Seguros, aprovados pelos órgãos regulatórios e de *design* e cores extremamente particulares, estimulam, outrossim, atividades em grupo e de intensa movimentação corpórea, o que, bem se sabe, traz grande benefício às crianças.

66. Diante do exposto, resta evidente a inexistência de qualquer estímulo ou incitação à violência nas ações realizadas pela **HASBRO**, bem como nos seus próprios produtos da linha NERF. Ademais, todas as atividades realizadas, longe de serem tachadas como abusivas, como pretende per se o denunciante Instituto Alana, contribuem para a socialização lúdica da criança e para a chamada “cultura de pares”, possibilitando, ainda, a direta participação dos pais. Por todos estes motivos, o presente Inquérito Civil, caso – *ad argumentandum* – mantido, pode e deve ser **imediatamente arquivado**.

.VI.

Mais: da inexistência de violação às demais disposições legais e do CBARP

67. Sem prejuízo do exposto, também não procedem as demais alegações do d. Instituto Alana de que as ações comerciais realizadas pela **HASBRO** seriam contrárias à legislação pátria, razão pela qual, também por isso, o presente Inquérito deve ser **arquivado**. Vejamos.

a) Da regularidade das ações comerciais à luz do Código de Defesa do Consumidor

68. A denúncia apresentada pela denunciante também afirma que as ações comerciais (Arena e campeonatos) realizadas pela **HASBRO** seriam abusivas, na medida em que a sua realização no interior de lojas de brinquedos e de centros comerciais “*instigaria o consumo frenético do produto, bem como estimularia as crianças a constrangerem seus pais para participarem de tais eventos*”. Mais especificamente, a Representação, no tocante à suposta abusividade, está fundamentada no art. 37, §2º, do CDC²⁴.

²⁴ “ Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. [...]”

69. Ora, com o devido respeito, as alegações da ONG são manifestamente descabidas. Prendem-se ao argumento, único e arbitrário, de que as crianças estariam *expostas* aos produtos e marcas durante as atividades de entretenimento, por meio de uma “*construção afetiva com a marca*”, como se tal situação fosse, por si só, vedada ou proibida por nosso ordenamento – o que, como se sabe, não procede – até mesmo porque Shoppings Centers e lojas de brinquedos são locais típicos de exposição das crianças e adultos a produtos.

70. **Em primeiro lugar, convém frisar que o patrocínio de espaços de atividades dedicados às crianças em shoppings centers é prática absolutamente comum e reiterada no mercado**, sobretudo durante o período de férias escolares.

71. Principalmente nos grandes centros urbanos, carentes de locais dedicados aos menores, referidos espaços são bastante comuns e de grande aceitação, inclusive pelos pais e responsáveis que buscam formas diversas de entreter as crianças durante este período. Apenas para exemplificar, confira-se abaixo alguns espaços patrocinados que muito se assemelham à ARENA NERF:



Fig. 05 - Espaço de atividades da LEGO no Canoas Shopping destinado a crianças de 04 a 12 anos, durante o período de 09/07/2015 a 02/08/2015.

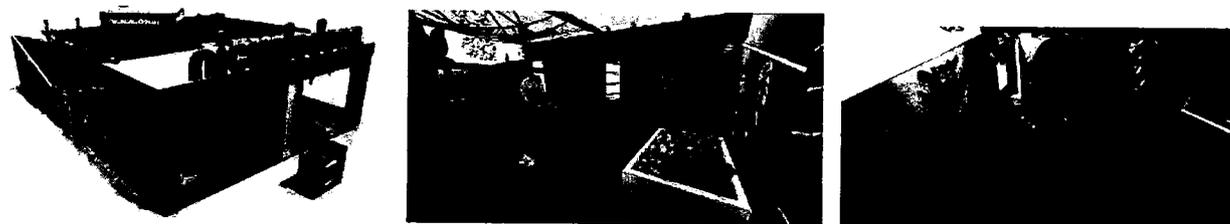


Fig. 06 – Espaço de atividades da NICKELODEON no Shopping Praça da Moça destinado a crianças de 03 a 10 anos, durante o período de 22/07/2016 a 07/08/2016

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, **se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança**, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.



Fig. 07 – Espaço de atividades BARBIE e HOT WHEELS no São Bernardo Plaza Shopping destinado a crianças de 04 a 12 anos, durante o período de 07/01/2013 a 25/01/2013

72. ***Em segundo lugar***, e especialmente em relação aos campeonatos, a realização de demonstração de produtos e ações comerciais no interior de lojas e de shoppings centers é igualmente prática comum e constante no mercado, rotineira aos consumidores de todas as idades:



Fig. 08 – Exemplos de ações comerciais de demonstração de produtos e de campeonatos para a divulgação de marcas

73. Vale aqui frisar, que, fabricados com todo cuidado e liberados para venda, é mais do que pertinente a demonstração de produtos no interior de lojas e centros comerciais. **Seria até mesmo um contrassenso vedar a**

divulgação de produtos no próprio local/espço onde são comercializados! Dito d'outro modo: se a empresa não pode divulgar sua marca no local em que seus produtos são comercializados, onde mais poderia fazê-lo? Haveria o banimento total no Brasil?

74. Portanto, o simples fato de as crianças participarem de tais eventos, com diversão e expressa autorização dos pais (que inclusive se engajam na atividade), não configura *per se* violação ao Código de Defesa do Consumidor e/ou ao Estatuto da Criança e do Adolescente ou da Constituição Federal, tampouco podem ser capituladas como “*exploração da deficiência das crianças*”.

75. Fosse assim, não poderia haver qualquer entretenimento patrocinado; toda ação de diversão restaria em violação à condição da criança e restaria banida, o que não se coaduna com a legislação em vigor.

76. Em outras palavras, **a ação patrocinada, ainda que ao público infantil, evidentemente, não é proibida per se.** Se respeitar os preceitos éticos da publicidade, é plenamente válida. Coíbem-se apenas os abusos e excessos, *mas nunca a publicidade propriamente dita.*

77. Fundamental, por conseguinte, verificar o conteúdo e a execução das ações, que, no caso da **HASBRO**, como visto, tomou todos os cuidados para que restasse adequada aos preceitos da legislação vigente, respeitando integralmente a *condição* das crianças, sem o uso de qualquer técnica imperativa, excessiva ou mascarada. **Seguer era necessária a aquisição de qualquer produto NERF ou mesmo da HASBRO para a participação nas atividades,** sendo totalmente descabida a acusação de que a campanha da **HASBRO** teria o condão de “*tornar as crianças promotoras de vendas*” das marcas comercializadas pela empresa, como alega a denunciante Alana.

78. Como é do espírito da **HASBRO**, as atividades nos centros comerciais – realizadas notadamente no período de férias escolares (janeiro e julho), dia das crianças ou feriados, período em que, como se sabe, os pais procuram opções de entretenimento para seus filhos – **apenas incentivaram o “brincar” das crianças (e não o consumismo!), por meio de programação interativa e esportiva neste período especial de atividades livres.** Via de regra, aliás, são os Shoppings que procuram as empresas para que viabilizem atividades neste período para as crianças e recebem a receita de tais atividades.

79. Posto isto, **em terceiro lugar**, fundamental ressaltar que, **para participar das atividades, as crianças deveriam estar acompanhadas de seus pais e/ou responsáveis.**

80. **No caso da ARENA NERF**, inclusive, para além de ser necessário o desembolso de R\$ 15,00 (quinze reais) para o Shopping Recife, as crianças menores de 12 (doze) anos deveriam necessariamente estar acompanhadas de um adulto responsável, consoante disposição expressa do Regulamento da ARENA (Doc. 06):

*“4. Como participar: Os participantes devem ter a idade mínima de 08 anos e peso máximo de 100kg. **Crianças menores de 12 anos deverão estar acompanhadas de adulto responsável.**”*

81. Da mesma forma, para **a participação nos campeonatos**, era necessária a expressa autorização dos pais e/ou responsáveis. Antes da participação da criança na atividade, o promotor da **HASBRO** preenchia formulário de inscrição com os dados do adulto que autorizou a participação do menor, consoante o modelo abaixo:

NOME DO PROMOTOR:											
DATA DA AÇÃO:											
TURNO											
		DADOS PESSOAIS				PONTOS					
	NOME DA CRIANÇA	NOME DO REPONSÁVEL	IDADE	E-MAIL DE CONTATO RESPONSÁVEL							TOTAL
1											
2											
3											
4											
5											

82. A confirmar o exposto acima, veja-se que, em diversas fotografias tiradas pelos próprios promotores da **HASBRO** durante a realização dos campeonatos, é possível verificar que as crianças participavam do campeonato sempre sob a observação de seus pais ou responsáveis, que também aproveitaram o momento e se divertiram junto aos seus filhos:



Fig. 09 – Imagens dos participantes dos Campeonatos. Crianças sempre estavam acompanhadas de seus pais ou responsáveis.

83. Destaque-se, ainda, que **não houve qualquer veiculação/divulgação das ações (arena ou campeonatos) em mídia televisiva por parte da ora Investigada.** Ou seja, o público que compareceu aos eventos foi aquele que frequentava espontaneamente os shoppings e/ou lojas de brinquedos, restringindo-se a divulgação ao canal próprio (site e Instagram) das próprias lojas Ri Happy e PB Kids (lojas parceiras que sediaram o evento).

84. **Em quarto lugar,** de modo a reforçar a regularidade das ações, **não havia a necessidade de aquisição de qualquer produto NERF ou HASBRO para a participação nas atividades.** Como dito, a ora Investigada apenas disponibilizou um espaço patrocinado para que as crianças exercessem atividades e brincadeiras lúdicas, entre seus pares, durante sobretudo o período de férias escolares. As receitas advindas dos ingressos, inclusive, ficavam exclusivamente para os Shoppings Centers.

85. **Em quinto lugar,** como mencionado acima, **tampouco havia a distribuição de prêmios que ostentavam a marca NERF ou HASBRO.** Na ARENA NERF, não havia qualquer forma de premiação e, nos campeonatos, os participantes eram contemplados apenas com certificados de participação. Os vencedores do campeonato, por sua vez, eram contemplados com medalhas e troféus.

86. Neste particular, convém frisar que a realização do campeonato com premiação em dinheiro, mencionada pelo d. Instituto Alana em sua denúncia, ocorreu uma única vez, em um evento pontual realizado há mais de cinco anos (em 2011) no Shopping Vila Olímpia, em São Paulo, não sendo o modelo seguido pela empresa. Tal ação questionada pela ONG, portanto, resta superada e sustada há mais de um lustro.

87. Finalmente, diante de todo o cenário acima, cumpre destacar que a grande parte dos consumidores elogiou as ações comerciais realizadas pela empresa:



Fig. 11 – Comentários de pais/adultos em publicação do Shopping Recife sobre a ARENA NERF.

88. Da mesma forma, aqueles que participaram dos eventos – sobretudo da ARENA NERF – compartilharam espontaneamente o momento de lazer e diversão que aproveitaram com seus filhos. Como se vê, nada abusivo ou contrário aos valores éticos e da família recepcionados no ordenamento jurídico pátrio e/ou nas normas autorregulamentares da publicidade brasileira (CONAR):

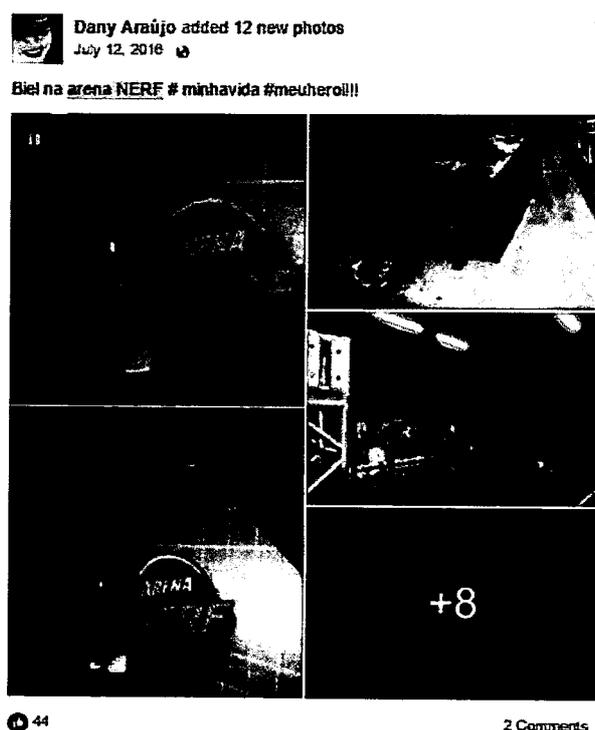
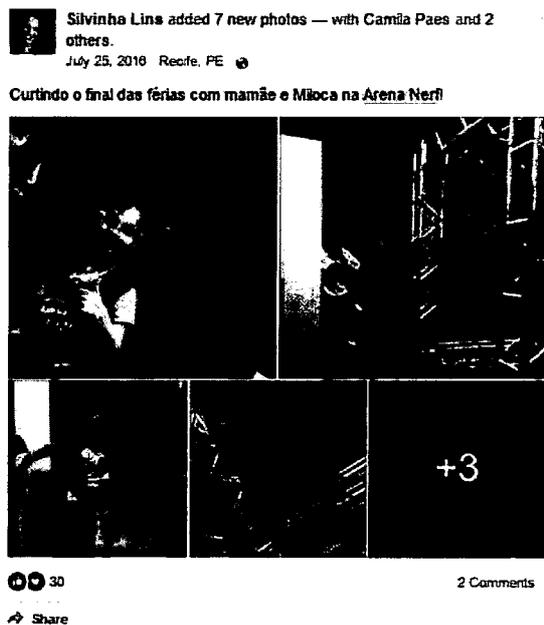
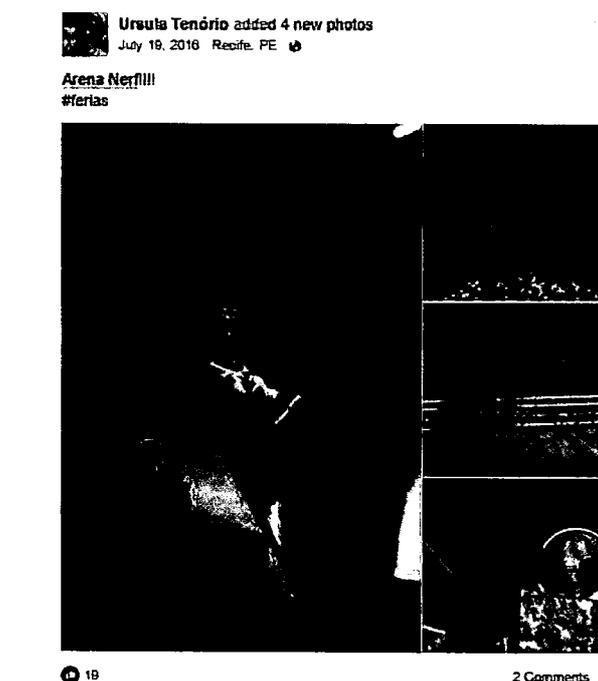


Fig. 12 – Posts compartilhados espontaneamente por pais sobre a ARENA NERF.

89. Nesse contexto, a proibição pretendida pela denúncia do Instituto Alana não apenas violaria, não apenas a legislação vigente (sobretudo o CDC, que não traz qualquer proibição *per se* da realização de campanhas para o público infantil), mas também as garantias da livre iniciativa e liberdade de expressão e, ainda, o direito à informação (artigos 170, caput, e inciso IV, e art. 5º, inciso IX, da CF).

90. Com efeito, aos entes estatais, com todo o respeito, cabe apurar se a ação publicitária *possui conteúdo enganoso ou abusivo*, que, de alguma forma, *incite ao consumo exagerado ou contenha apelo imperativo de consumo* - o que, como amplamente demonstrado, não é o caso destes autos.

91. O simples argumento de que as ações comerciais realizadas dentro de lojas ou centros comerciais seriam abusivas de forma automática não se sustenta. As campanhas ora questionadas estão absolutamente de acordo com o art. 37 do CDC. As ações comerciais respeitam a dignidade, ingenuidade, credulidade, inexperiência e o sentimento de lealdade das crianças, razão pela qual não há que se falar em qualquer abusividade, seja à luz do CBARP, do Código de Defesa do Consumidor ou mesmo da Constituição Federal.

92. Ou seja, a presente ação (“CAMPEONATOS” e “ARENA NERF”) não tem o condão de tornar as crianças consumistas, cabendo, de novo, a **prática do bom senso, da razoabilidade nas interpretações das ações de marketing, ainda que envolva crianças, bem como o critério do livre arbítrio dos pais em querer ou não que seus filhos participem de tais atividades patrocinadas, e muitas delas, inclusive, PAGAS, como demonstrado acima.**

93. De mais a mais, e sem prejuízo de todo o exposto, a atividade, igualmente, **não utilizou qualquer imperativo de consumo, em qualquer um dos seus materiais publicitários.** As ações foram pautadas rigorosamente pelos padrões já estabelecidos na legislação pátria, evitando o uso de qualquer comando ou imperativo de compra, ou, ainda, de situação emergencial para atrair consumidores para a promoção comercial. **NÃO foram realizadas publicidades televisivas sobre os campeonatos ou ARENA NERF, tampouco era necessária a aquisição de produtos HASBRO/NERF para a participação nas atividades.**

94. **Por derradeiro**, é preciso destacar que as **mídias sociais** mencionadas na denúncia do Instituto Alana, foram, igualmente, **adequadas** à luz dos preceitos éticos, assim como os *blogs* de pais – que, como se sabe, são veículos de comunicação entre adultos, “*de pai para pai*”.

95. Não há, pois, qualquer inadequação do meio ou exploração da ingenuidade das crianças quanto a esses *posts*. Com efeito, referidas comunicações possuíram **conteúdo informativo** acerca do campeonato, e foram realizadas no canal próprio (site e Instagram) das lojas de brinquedos que estavam sediando a atividade.

96. Igualmente, não houve, em tais comunicações, qualquer conteúdo minimamente abusivo ou de estímulo ao consumismo desenfreado dos produtos da NERF e/ou **HASBRO**. Basta uma breve leitura do material de site colacionado pela própria denunciante para verificar a sua conformidade. Os *posts* (em *blogs* de pais), também apenas informaram (aos pais), a existência do campeonato. Nada mais.

97. Não há que se falar, pois, à luz de todo o exposto, em qualquer violação às normas consumeristas ou aos valores familiares apregoados no ECA e na Constituição, razão pela qual pode e deve ser o presente Inquérito Civil, se – *ad argumentandum* – mantido, **arquivado**.

b) Inexistência de violação ao princípio da identificação da mensagem publicitária

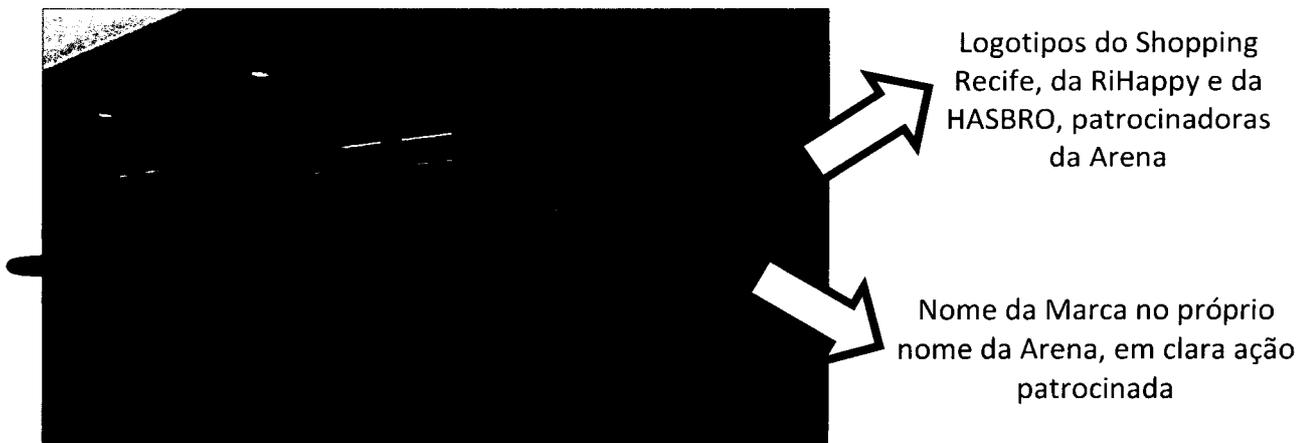
98. Por fim, especificamente em relação à acusação do Instituto Alana de que as ações conduzidas pela **HASBRO** teriam o condão de causar confusão nas crianças em relação a seu caráter publicitário, cumpre informar que referido argumento, igualmente, não se sustenta.

99. Ao contrário do que alega o d. Alana em sua denúncia, em nenhum momento houve a possibilidade de confusão dos consumidores, sejam eles adultos ou crianças, de que se tratavam de ações patrocinadas, de cunho comercial, no interior de lojas de brinquedos e em shoppings centers – locais que, como se sabe, são típicos às demonstrações de produtos à venda.

100. Com efeito, as ações comerciais realizadas pela **HASBRO** tiveram manifesto caráter publicitário e foram realizadas de forma adequada e perfeitamente compreensível pelos consumidores, seja em razão do seu formato (ampla divulgação de marca e locais adequados em que ocorreram as ações ora questionadas), seja à luz das práticas reiteradas do mercado.

101. A natureza publicitária das ações podia ser facilmente percebida.

102. **No caso da ARENA NERF estabelecida em espaço de shoppings, com cartazes e logotipos das marcas e do anunciante, poderiam, inclusive, se assemelhar a *outdoors* de rua ou qualquer outra mídia exterior, haja vista a sua fácil visibilidade.** Confira-se, por exemplo, a imagem da fachada do espaço em que se localizava a ARENA:



103. Da mesma forma, em relação aos Campeonatos, os promotores estavam adequadamente trajados com roupas pertinentes à atividade. Todos eles vestiam camiseta azul, com o logotipo do campeonato e das marcas NERF.

104. Igualmente, toda a comunicação visual de divulgação reproduziu a marca do produto, com a clara e direta alusão a ela e ao seu anunciante, sem qualquer mascaramento ou merchandising indireto às crianças.

105. Houve, portanto, divulgação direta dos produtos da linha NERF, tudo, porém, rigorosamente dentro dos limites dos preceitos éticos da publicidade e legislação vigente, tal qual inúmeras atividades comerciais patrocinadas e que envolvem igualmente diversão já analisadas amplamente por nossa jurisprudência.

106. Novamente, inexistente violação a qualquer normativo, devendo o presente inquérito, se – *ad argumentandum* – mantido, **arquivado**.

.VII.

Arremate e Pedidos

107. Diante do exposto, a **HASBRO** requer, respeitosamente, seja o presente Inquérito Civil **imediatamente arquivado**, concentrando-se a investigação no ilmo. Ministério Público do Estado de São Paulo, sob pena de causar insegurança jurídica ao administrado e indevido *bis in idem*, para além de claro rompimento ao princípio da eficiência e à desejável harmonia e coordenação entre os participantes do SNDC.

108. Em caráter meramente eventual, a **HASBRO** requer seja **imediatamente arquivado** o Inquérito Civil epigrafado, haja vista que demonstrada de forma cabal a regularidade das ações comerciais ora questionadas, realizadas integralmente de acordo com as disposições do Código de Defesa do Consumidor, do Estatuto da Criança e do Adolescente, da Constituição Federal e, ainda, dos preceitos éticos do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

109. A **HASBRO**, naturalmente, coloca-se à inteira disposição desse ilmo. *Parquet* para quaisquer outras informações adicionais que se façam necessárias, enfatizando, porém, a constante busca pela qualidade de seus produtos, o respeito às normas regulatórias vigente, bem como sua especial atenção aos direitos das crianças e aos mais elevados preceitos éticos.

110. Por fim, requer sejam as intimações e publicações feitas, exclusivamente, em nome das advogadas **LUCIA ANCONA LOPEZ DE MAGALHÃES DIAS**, inscrita na **OAB/SP sob o n.º 209.216** (lm@magalhaesdias.com.br), e **MARIA FERNANDA CASTANHEIRA SAAB**, inscrita na **OAB/SP sob o n.º 346.025** (mfs@magalhaesdias.com.br), com escritório na Rua Armando Penteado, n.º 304, Pacaembu, na capital do estado de São Paulo, CEP 01242-010, **sob pena de nulidade**.

Termos em que,

Pede deferimento.

São Paulo, 03 de fevereiro de 2017.

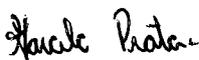

Lucia Ancona Lopez de Magalhães Dias

OAB/SP n.º 209.216



Maria Fernanda Saab

OAB/SP n.º 346.025


Marcela Prata Pereira Alves

OAB/RJ n.º 179.765