

## COMPROMISSO PÚBLICO PELO FIM DO DIRECIONAMENTO DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA À CRIANÇA

**Mercur S/A**, pessoa jurídica de sociedade anônima, inscrita no CNPJ sob o n. 93.896.397/0001-22, com sede em Santa Cruz do Sul-RS, Rua Cristovão Colombo, 53 - Centro, CEP 96825-010, neste ato representada por **Jorge Hoelzel Neto**.

considerando que o **Instituto Alana**, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ/MF sob n. 05.263.071/0001-09, com sede no município de São Paulo, SP, Rua Fradique Coutinho, nº 50, 11º andar, bairro de Pinheiros, CEP 05416-000, por meio de seu programa **Criança e Consumo**, desde 2006, busca sensibilizar a sociedade sobre os impactos negativos do consumismo na infância, como também apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes da publicidade e comunicação mercadológica dirigidas a crianças;

considerando que, nos termos do artigo 227 da Constituição Federal, a proteção e a garantia dos direitos da criança devem ser asseguradas, com absoluta prioridade, solidariamente, por Estado, família e sociedade;

considerando que criança, de acordo com o artigo 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA - Lei nº 8.069/1990), é a pessoa com até 12 (doze) anos incompletos;

considerando que, nos termos do artigo 70 do ECA, é dever de toda a sociedade atuar preventivamente contra qualquer tipo de ameaça e violação dos direitos da criança e do adolescente;

considerando que, conforme o artigo 71 do ECA, a criança tem direito à informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento;

considerando que é direito básico do consumidor, nos termos do artigo 6º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor (CDC - Lei nº 8.078/1990), a proteção contra a publicidade abusiva;

considerando que, nos termos do artigo 36 do CDC, a publicidade deve ser veiculada de maneira que o seu público-alvo, fácil e imediatamente, a identifique como tal;

considerando que é abusiva e, portanto, ilegal toda publicidade que se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança, conforme

dispõe o artigo 37, parágrafo 2º, do CDC;

considerando que é vedado ao fornecedor de produtos e serviços prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade e conhecimento, nos termos do artigo 39, inciso IV, do CDC;

considerando que o artigo 5º do Marco Legal da Primeira Infância (Lei nº 13.257/2016) estabelece como prioridade a proteção contra toda forma de pressão consumista e a adoção de medidas que evitem a exposição precoce de crianças à comunicação mercadológica;

considerando o teor da Resolução nº 163 de 2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – Conanda, que detalhou o conceito de abusividade de toda e qualquer publicidade e comunicação mercadológica direcionadas a crianças com o intuito de persuadi-la ao consumo de produtos e serviços;

considerando que, em razão de sua peculiar condição de desenvolvimento físico, cognitivo, social e psíquico, a criança é presumidamente hipervulnerável nas relações de consumo e frente às mensagens publicitárias;

considerando os estudos que apontam que a criança não tem o discernimento necessário para distinguir ficção de realidade, não é capaz de compreender o caráter persuasivo das publicidades a ela dirigidas, nem está em condições de enfrentar com igualdade a pressão exercida pela comunicação comercial;

considerando que a publicidade infantil é apontada como um dos elementos associados a impactos sociais negativos como, por exemplo, consumismo, diminuição de brincadeiras livres e criativas, formação de valores materialistas, distanciamento da criança com a natureza, sobrepeso e obesidade infantis, violência pela busca de produtos caros, estresse familiar, prejuízos ambientais e adultização precoce;

considerando que as empresas fazem parte da sociedade e devem ter um papel ativo na formação de uma comunidade ética e sustentável, é fundamental que estejam atentas às novas demandas e ações positivas que busquem o bem-estar público;

considerando a intenção da **MERCUR S/A** de contribuir para a formação de uma sociedade menos consumista e para a defesa e proteção dos direitos das crianças, com absoluta prioridade, especialmente no que tange a aspectos de comunicação comercial e publicidade,

celebra a **MERCUR S/A** o presente COMPROMISSO PÚBLICO PELO FIM DO

DIRECIONAMENTO DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA À CRIANÇA, por meio do qual se compromete, perante a sociedade e o **Instituto Alana**, a criar, desenvolver e reproduzir suas promoções, campanhas publicitárias e mensagens comerciais em estrita observância à legislação brasileira vigente, de modo que não serão, em hipótese alguma, dirigidas ao público infantil.

O compromisso compreende toda e qualquer publicidade e comunicação mercadológica que vise a divulgação de produtos, serviços e marcas da **MERCUR S/A**, independentemente do espaço, suporte de mídia ou do meio utilizado, de modo que abrange: (i) anúncios impressos; (ii) comerciais televisivos veiculados em canais da TV aberta ou da TV fechada; (iii) spots de rádio; (iv) outdoor; (v) banners, páginas da Internet e conteúdo controlado pela empresa e suas marcas em mídias sociais e plataformas de vídeo; (vi) aplicativos; (vii) jogos; (viii) apresentações, shows e eventos de qualquer natureza, públicos ou privados; (ix) disposição de produtos ou ações promocionais em pontos de venda; (x) merchandising ou publicidade indireta em conteúdo de programação.

A **MERCUR S/A** também se compromete a não realizar qualquer tipo de atividade comercial e publicitária dentro do espaço escolar, por meio de projetos educativos, com fins pedagógicos, esportivos, alimentação saudável, sustentabilidade e/ou entretenimento, seja por meio da simples distribuição de produtos, folhetos, brindes e/ou amostras grátis.

A **MERCUR S/A** ainda se compromete a direcionar sua estratégia comercial exclusivamente ao público adulto presente em eventos, apresentações e/ou shows, voltados ao público infantil, públicos ou privados, promovidos por si ou por terceiros, o que implica, por exemplo, a utilização de linguagem condizente com idade do público-alvo e o posicionamento de peças publicitárias em espaços voltados para adultos, inclusive com relação à altura de exibição.

A **MERCUR S/A** desenvolveu um **Guia Jeito Mercur de se relacionar com o público infantil** que contempla essas e outras ações que priorizam e respeitam a infância. O material está disponível em [www.mercur.com.br](http://www.mercur.com.br).

A assinatura do presente Compromisso Público não impede o **Instituto Alana**, por meio de seu programa **Criança e Consumo**, de adotar as medidas de praxe caso seja identificada a veiculação, pela **MERCUR S/A**, de ações de comunicação mercadológica dirigidas a crianças.

A execução deste compromisso é de responsabilidade da **MERCUR S/A** e será acompanhada pelo **Instituto Alana**, comprometendo-se a empresa a prestar eventuais informações e esclarecimentos solicitados pelo **Instituto Alana**.

O presente compromisso vigorará por prazo indeterminado a partir da sua assinatura.

A **MERCUR S/A** reconhece que o presente compromisso público tem natureza e caráter público e poderá, portanto, ser amplamente reproduzido e divulgado a toda sociedade e por quaisquer terceiros que dele venha a tomar conhecimento.

Santa Cruz do Sul, 29 de setembro de 2020.

DocuSigned by:  
*Jorge Hoelzel Neto*  
68967263B9FD41B...  
**MERCUR S/A**

DocuSigned by:  
*Isabella Henriques*  
824AD4DB277C42B...  
**INSTITUTO ALANA**