São Paulo, 11 de Janeiro de 2022.

Ao
INSTITUTO ALANA ("ALANA")
CNPJ nº 05.263.071/0001-09
Rua Fradique Coutinho, nº 50, 11º andar, Pinheiros, São Paulo/SP
CEP: 05416-000
(Por e-mail)

REF: Resposta à Notificação Extrajudicial relativa a suposto descumprimento de "medida judicial" e direcionamento de comunicação mercadológica ao público infantil ("Notificação")

Prezados Srs.,

MATTEL DO BRASIL LTDA. ("Mattel"), sociedade empresária inscrita no CNPJ sob o nº 54.558.002/0001-20, com sede na Rua Verbo Divino, nº 1.488, 2º andar, Blocos A, C e D, Chácara Santo Antônio, São Paulo/SP, vem lhes encaminhar a presente **Resposta à Notificação,** nos termos abaixo descritos.

1. Por meio da Notificação, o Alana relata que as ações de parceria desenvolvidas entre a Mattel e o SBT com a produção de conteúdos audiovisuais publicados nos perfis oficiais da TV ZYN constituiriam *"abusividade do direcionamento de comunicação mercadológica às crianças"*, e consequente violação à coisa julgada formada na Ação Civil Pública nº 1054077-72.2019.8.26.0002 ("ACP"), donde pugna que sejam imediatamente removidos os vídeos listados no doc. 08 da Notificação.

2. Apesar de reconhecer que todos esses conteúdos possuem a informação ostensiva de que se trata de publicidade (através da inserção de expressão "PARCERIA PAGA"), o Alana sustenta que isso não basta *"para elidir a ilicitude das condutas da Mattel ou garantir a sua conformidade com os termos do acórdão prolatado pela Câmara Especial do Tribunal de Justiça de São Paulo."*

3. Isso porque, na sua visão, (i) o *"termo "parceria paga" não explicita de maneira suficiente que os conteúdos em questão são, de fato, anúncios publicitários."*; e (ii) a Mattel teria sido condenada na ACP a *"abster-se, por completo, de utilizar a força de trabalho de atores e influenciadores mirins para esse tipo de publicidade.".*

4. Pois bem. Em que pese o respeito que a Mattel tem pelo Instituto Alana, cabe-lhe registrar, desde já, que grande parte das premissas da Notificação não procede.

5. Destaca-se assim e primeiramente que a trajetória da Mattel sempre foi marcada pela qualidade de seus produtos e de sua reputação, bem como pela atuação em programas sociais voltados ao desenvolvimento de crianças e dos adolescentes.

6. Exemplos não faltam.

7. A Fundação da Criança Mattel ("Mattel Children's Foundation") é um deles. Criada há mais de 40 (quarenta) anos, esta vem financiando milhares de organizações de caridade, que beneficiam milhões de crianças ao redor do mundo[1].

8. Mais recentemente, a Mattel lançou o programa "PlayBack" que visa reutilizar os plásticos utilizados em seus brinquedos, em clara materialização de sua constante preocupação com a sustentabilidade e com o impacto positivo gerado ao meio-ambiente, em benefício das gerações futuras[2].

9. No ano passado, em meio à pandemia do COVID-19, a Mattel fez uma substancial doação ao Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) para apoiar crianças, adolescentes e famílias brasileiras em situação de vulnerabilidade.[3]

10. Essas informações são relevantes para que se compreenda que, ao contrário do que a Notificação sugere, a Mattel sempre desenvolveu suas atividades com foco na contribuição para o melhor desenvolvimento das crianças e dos adolescentes.

---

[1] https://corporate.mattel.com/en-us/citizenship/thriving-and-inclusive-communities/philanthropy
[2] https://www.promoview.com.br/categoria/marketing-social/mattel-lanca-programa-para-reutilizar-plastico-de-brinquedos.html
[3] https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/mattel-faz-doacao-para-apoiar-o-unicef-na-resposta-a-covid-19

11. Mais do que isso. A Mattel pauta sua atuação no estrito respeito da lei e das decisões judiciais, aí inserida também aquela emanada na ACP.

12. Dito isso, perceba-se que na ACP, o Ministério Público do Estado de São Paulo ("MPSP") pugnou pela condenação da Mattel *"à obrigação de não fazer consistente na abstenção de utilizar* ***práticas de publicidade indireta dirigidas ao público infanto-juvenil*** *por meio da ação dos Youtubes mirins,* ***como o envio de produtos a título gratuito para fins de publicidade indireta*** *na plataforma Youtube, e de realizar campanhas publicitárias em desacordo com a normativa vigente a respeito da publicidade infantil, ou seja,* ***sem observar as especificidades necessárias considerando o público alvo a que se destinam****".*

13. A sentença proferida na ACP, por sua vez, condenou a Mattel a se abster *"de proceder a* ***novas publicidades indiretas*** *destinadas ao público infanto-juvenil."*

14. De igual modo, o v. Acórdão proferido pelo e. Tribunal de Justiça de São Paulo quando do julgamento da Apelação interposta pela Mattel registrou o seguinte:

> *"Desta forma,* ***é de rigor a procedência do pedido do apelado de condenação da apelante na obrigação de não fazer consistente na 'abstenção de utilizar práticas de publicidade INDIRETA dirigidas ao público infanto-juvenil*** *por meioda ação dos Youtubers mirins, como de envio de produtos a título gratuito* ***para fins de publicidade indireta*** *na plataforma Youtube."*

15. Não há dúvidas: houve a vedação da alegada **publicidade indireta/velada direcionada ao público infanto-juvenil**, inexistindo qualquer óbice à realização de publicidade direta, com informação ostensiva quanto ao seu caráter publicitário, tal como incontroversamente ocorre nos vídeos reproduzidos no canal do *youtube* e *facebook* da TV ZYN.

16. Até porque, o conceito de publicidade indireta é, justamente, "técnica utilizada para veicular produtos e serviços de forma indireta por meio de inclusões de logomarcas em programas e filmes[4].", o que não ocorreu nos vídeos questionados.

[4] NUNES, Rizzatto. "Curso de Direito do Consumidor". 8ª edição. Editora Saraiva. 2012.

17. Daí porque, a certeza que se tem é que nenhuma ilegalidade/irregularidade foi cometida pela Mattel, muito menos qualquer desobediência ao quanto decidido no âmbito da ACP, inclusive pelo fato de a Mattel ser uma empresa que preza pelo cumprimento das normas jurídicas locais e decisões judiciais a si relacionadas, tal como mencionado acima.

18. Além disso, nas palavras de Adalberto Pasquolotto "a publicidade deve poder ser claramente distinguida, como tal, qualquer que seja a forma e os suportes utilizados; quando a mensagem publicitária é difundida nos meios que comportam igualmente informações ou artigos redatoriais, ela deve ser apresentada de tal forma que seu caráter publicitário apareça instantaneamente[5]."

19. Nesse sentido, o Guia de Influenciadores do CONAR[6], publicado em dezembro de 2020, *"apresenta orientações para a aplicação das regras do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária ao conteúdo comercial em redes sociais, em especial aquele gerado pelos Usuários, conhecidos como "Influenciadores Digitais" ou "Influenciadores"."*

20. Na exposição de motivos, o Guia CONAR ressalta que *"no tocante às crianças e adolescentes, diante do reconhecimento da necessidade de proteção pela condição de seres humanos em fase de desenvolvimento, foram reforçados os cuidados nos conteúdos que envolvam tal público."*

21. Em continuidade, tal Guia consigna que *"é fundamental esclarecer nas postagens a relação com os Anunciantes e/ou as Agências"* e, na sequência, **elenca as chamadas "Expressões Claras (recomendadas)" que idealmente devem constar dos posts publicitários, onde se inclui a expressão "PARCERIA PAGA"**.

22. Em arremate, o Guia CONAR esclarece que *"em plataforma com compartilhamento de video"* (como Youtube) a *"**inserção da identificação publicitária poderá ser realizada dentro do vídeo, via texto e/ou áudio**"*- exatamente como *in casu*.

[5] PASQUALOTTO, Adalberto. "Os efeitos obrigacionais da publicidade no Código de Defesa do Consumidor" 1997.
[6] http://conar.org.br/pdf/CONAR_Guia-de-Publicidade-Influenciadores_2021-03-11.pdf

23. Desta forma, o conteúdo questionado na Notificação está em linha com as disposições constantes do Guia de Boas Práticas para a Publicidade Online Voltada ao Público Infantil publicado pelo CONAR.

24. Lembramos que tal guia foi elaborado pelo CONAR em conjunto com o Google e com a participação do próprio Ministério Público do Estado de São Paulo, o que reforça a regularidade da publicidade infantil em ambiente *online*.

25. Diante de todo o acima exposto, serve-se a Mattel da presente Resposta à Notificação para (i) reiterar o seu integral compromisso com o desenvolvimento das crianças e dos adolescentes; e (ii) registrar que não há qualquer irregularidade nos vídeos reproduzidos nas plataformas do youtube e Facebook da TV ZYN, uma vez que a identificação publicitária está presente de forma ostensiva, não havendo que se falar em desobediência à sentença transitada em julgado na ACP.

26. Certos de vossa compreensão e nos colocando desde já à disposição para prestar todos os esclarecimentos que ainda entendam necessários, subscrevemo-nos.

_____

MATTEL DO BRASIL LTDA.