



MPF ajuíza ação para que redes de fast food não deem brindedos de brinde

O Ministério Público Federal em São Paulo entrou com Ação Civil Pública contra as principais redes de *fast food*. O MPF pede que as lanchonetes do McDonalds, Bob's e Burger King suspendam as promoções McLanche Feliz, Lanche Bkids e Trikids e a venda de brindedos em suas lojas.

Para o MPF, o direito do consumidor limita as possibilidades do marketing infantil. Para o procurador da República Márcio Schusterschitz da Silva Araújo, autor da ação, os brindedos influenciam as crianças na compra dos lanches, basicamente compostos de hambúrguer, batata-frita e refrigerante, alimentos associados ao problema da obesidade infantil.

Segundo o procurador, a compra é influenciada não propriamente pelas qualidades do produto, mas pela criação abusiva de associações emocionais estranhas ao processo alimentar. De acordo com texto da ação, a alimentação é fundamental na formação da personalidade da criança e a sucessão de coleções de brindedos funciona para formar a dieta do consumidor infantil no interesse das redes de *fast food*. Para o procurador, os lanches vendidos fazem do brinquedo um prêmio para o consumo de um alimento que traz risco de obesidade.

Em sua defesa, as lanchonetes afirmam que os pais são os únicos responsáveis pela compra do lanche com o brinquedo para o filho. Mas para Schusterschitz, apresentar um brinquedo para puxar a compra de um lanche e, ao mesmo tempo, afirmar que a responsabilidade de compra é dos pais é contraditório. Ele afirma ainda que, pelo Código de Defesa do Consumidor, a responsabilidade dos pais não isenta de responsabilidade o fornecedor, nem faz a prática deixar de ser abusiva.

O Código de Defesa do Consumidor proíbe o uso profissional e calculado da fraqueza ou da ignorância do consumidor infantil. Além disso, cita que a decisão sobre o consumo de alimentos deve ser observada sob a ótica da qualidade da dieta e não pode ser ofuscada pelo impulso ou desejo de apropriação de um brinquedo ou objeto com apelo infantil.

Em 2006, o McDonald's firmou um Termo de Ajustamento de Conduta com o MPF para que os brindedos que acompanham o McLanche Feliz sejam também vendidos separadamente. O objetivo do TAC era impedir a venda casada dos brindedos com o lanche e permitir aos pais que completassem as coleções dos filhos, independentemente da compra de lanches ou não levar os brindedos, caso não os desejassem. A ação independe do TAC e se baseia em outros fundamentos legais. A preocupação não é apenas quanto à venda casada, mas quanto aos efeitos sobre a infância e a saúde pública do marketing infantil das redes de *fast food*. Para o MPF, é necessária a retirada dos brindedos como forma de alavancagem para a venda de alimentos de baixo valor nutritivo. *Com informações da Assessoria de Imprensa do Ministério Público Federal.*

Clique [aqui](#) para ler a ação.

ACP 2009.61.00.013789-7

Date Created



16/06/2009