



832

SENTENÇA

Processo nº: 002.07.149641-9 - Ação Civil Pública
Impetrante: Ministério Público
Impetrado: Pepsico do Brasil Ltda

Juiz(a) de Direito: Dr(a). Fábio Fresca

MINISTÉRIO PÚBLICO DE SÃO PAULO, por meio do 1º Promotor de Justiça do Consumidor da Capital, ajuizou a presente **AÇÃO CIVIL PÚBLICA** em face de **PEPSICO DO BRASIL LTDA.** alegando que apurou em inquérito civil a "estratégia comercial manipuladora" adotada pela ré a qual oferece dentro do pacote dos salgadinhos chaveiros com personagens infantis da Hello Kitty e Homem Aranha. Entende se tratar de venda casada, pois os brindes "despertam nas crianças desejo autônomo de aquisição (...)", e porque se aproveita da "deficiência de julgamento e experiência da criança". Explana sobre a proibição da venda casada, ante a proteção conferida pelo artigo 39, I do Código de Defesa do Consumidor e expõe a influência negativa da publicidade na escolha das crianças, mormente pela ingenuidade e experiência das pessoas em desenvolvimento. Evoca a proteção do artigo 227 da Constituição Federal, bem como do Estatuto da Criança e do Adolescente para coibir tal prática. Postula a condenação da ré: a) na obrigação de não fazer, a fim de compeli-la a não condicionar o fornecimento de um produto dirigido ao público infantil ao fornecimento de outro; b) na obrigação de fazer, para obrigá-la à comercialização avulsa de todo e qualquer produto oferecido conjuntamente com o fornecimento de outro produto dirigido ao público infantil, em todos os pontos de venda do país; e, c) ao pagamento de multa cominatória, para o caso de descumprimento das condenações acima, na importância de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), a ser recolhida ao Fundo de Reparação de Interesses Difusos Lesados (art. 13 da Lei nº 7.347/85). Com a inicial veio o Inquérito Civil nº 43.161.1237/05-3 e os documentos que o instruíram (fls. 26/726).

Citada, a ré ofereceu contestação (fls. 766/793) alegando, em apertada síntese, que a venda de produtos com brindes desde que respeitada a legislação pertinente é prática aceita pelo ordenamento jurídico e pela sociedade, tal como "gomas de mascar com figurinhas autocolantes, chocolates com marca surpresa

Este documento é cópia fiel do original assinado digitalmente por FÁBIO FRESCA. Para visualizar o original, acesse o site www.tj.sp.gov.br. Informe o processo 002.07.149641-9 e o código 020000000VRR4



836

embalados em fotos de animais da fauna brasileira, Kinder Ovo, etc". Afasta a pretensão inicial, pois os anúncios publicitários e os produtos comercializados estão em conformidade com a legislação. Aduz que as promoções têm prazo certo de duração, justamente para não vincular o produto "Elma Chips" aos brindes eventualmente oferecidos. Por fim, rebate as demais teses da inicial.

Houve réplica (fls. 800/811)

Instadas, as partes informaram a desnecessidade da produção de outras provas, razão pela qual postularam o julgamento antecipado da lide (fls. 829/830 e 832/833, respectivamente).

É o Relatório

DECIDO

Com efeito, não havendo necessidade de produção de prova em audiência, por se tratar de matéria de direito, e, de fato, provada por documentos, passo à decisão (artigo 330, inc. I do Cód. Proc. Civil).

Trata-se de ação civil pública pela qual o Ministério Público de São Paulo postula a condenação da ré: a) na obrigação de não fazer, a fim de impedi-la de condicionar o fornecimento de um produto dirigido ao público infantil ao fornecimento de outro; b) na obrigação de fazer, a fim de obrigá-la à comercialização avulsa de todo e qualquer produto oferecido conjuntamente com o fornecimento de outro produto dirigido ao público infantil, em todos os pontos de venda do país; c) ao pagamento de multa cominatória, para o caso de descumprimento das condenações acima, na importância de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), a ser recolhida ao Fundo de Reparação de Interesses Difusos Lesados (art. 13 da Lei nº 7.347/85). Fundamenta a pretensão atribuindo à ré prática abusiva no fornecimento de produto condicionado ao fornecimento de outro produto, constituindo venda casada.

Em sua defesa, a ré refuta a pretensão inicial sustentando que os alimentos comercializados e as campanhas publicitárias estão de acordo com a legislação vigente, e que o oferecimento de brindes promocionais nas embalagens dos alimentos é prática aceita pelo ordenamento jurídico e pela sociedade.

Pois bem.

Em que pese os esforços do D. Representante do Ministério Público, a pretensão deduzida em juízo é improcedente, pois as promoções veiculadas pela ré nas embalagens dos produtos alimentícios comercializados, vide fls. 567/568 e



60S/609 não configuraram venda casada ou "estratégia comercial manipuladora".

O artigo 39, inciso I do código de Defesa do Consumidor, define venda casada: **"É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos"**.

No caso em exame, o oferecimento dos brindes não determinou a venda ou o consumo desenfreado dos salgadinhos; como bem salientado na contestação, a ré é líder de mercado alimentício há mais de 30 (trinta) anos, de sorte que seus produtos possuem boa aceitação no mercado muito antes do oferecimento dos aludidos brindes promocionais.

Os brindes também não "condicionaram a aquisição de um produto ao seu consumo", pois sequer houve alteração do preço do salgadinho durante a vigência da promoção.

As promoções apenas visaram aproximar o consumidor ao produto e divulgar as personagens Hello Kitty e Homem Aranha.

O Ministério Público se esquece que o oferecimento de brindes juntamente com produtos alimentícios é aceita pela sociedade, e, em geral, é praticada em todo o mundo, tanto que referida prática está incutida nas campanhas publicitárias há muitos anos, por exemplo palito de sorvete premiado, "Kinder Ovo", goma de mascar com adesivos, etc., sem comprometer a infância de qualquer criança.

Ante o exposto, com resolução de mérito (art. 269, I Cód Proc Civil), **JULGO IMPROCEDENTE** a presente ação civil pública. Em se tratando de ação civil pública, a questão dos ônus da sucumbência recebe disciplina específica, que afasta a aplicação subsidiária do artigo 20 do CPC. A teor do artigo 18 da Lei nº 7.347/85, a regra é a despesas processuais, ressalvada apenas a hipótese de má-fé processual, o que não é o caso. O artigo 5º, LXXVII, da CF/88, determina a gratuidade das ações que envolvam cidadania.

P.R.I.

São Paulo, 29 de julho de 2009.