

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE SÃO PAULO

FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES

14ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA

Viaduto Dona Paulina, 80, 11º andar - Sala 1109, Centro - CEP 01501-020, Fone: 32422333  
R2043, São Paulo-SP - E-mail: sp14faz@tjsp.jus.br**SENTENÇA**

Processo nº: **0025180-44.2009.8.26.0053 - Procedimento Ordinário**  
Requerente: **Sadia S/A**  
Requerido: **Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor - Procon**

**CONCLUSÃO**

Em 01 de fevereiro de 2011, faço estes autos conclusos ao(à) Juiz(a) de Direito Dr.(a): Fernão Borba Franco

Vistos.

Segue sentença.

São Paulo, 01 de fevereiro de 2011

Fernão Borba Franco  
Juiz de Direito

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE SÃO PAULO

FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES

14ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA

Viaduto Dona Paulina, 80, 11º andar - Sala 1109, Centro - CEP 01501-020, Fone: 32422333  
R2043, São Paulo-SP - E-mail: sp14faz@tjsp.jus.br

Processo nº: **0025180-44.2009.8.26.0053 - Procedimento Ordinário**  
Requerente: **Sadia S/A**  
Requerido: **Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor - Procon**

**Sadia S/A** move esta demanda em face da **Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor - Procon**, alegando que foi indevidamente autuada, por ter efetuado campanha publicitária consistente na oferta de bichos de pelúcia, que deveriam ser adquiridos por R\$ 3,00, além da apresentação de cinco selos, encontrados em produtos de sua fabricação. Aduz ter sido autuada por propaganda abusiva, pois, sendo a campanha dirigida a crianças, houve utilização de termos imperativos, fazendo com que influíssem na compra de produtos prejudiciais à saúde. Sustenta, entretanto, que não houve qualquer abusividade, pois a propaganda não foi dirigida especificamente a crianças, uma vez que os produtos não se dirigem a elas, e de qualquer forma não é proibida essa atividade. Além disso, não houve qualquer abuso. Pretende anular a autuação.

Deferida a antecipação da tutela. A ré foi citada e contestou, alegando que a propaganda objeto da autuação é dirigida a crianças e inclui produtos cujo consumo pode ser prejudicial à saúde; segundo os termos utilizados, ademais, há abuso, pois foram incluídas expressões imperativas na campanha, e o CDC veda propaganda abusiva dirigida ao público infantil. Irrelevante a decisão do Conar a respeito da correção da propaganda,

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE SÃO PAULO

FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES

14ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA

Viaduto Dona Paulina, 80, 11º andar - Sala 1109, Centro - CEP 01501-020, Fone: 32422333  
R2043, São Paulo-SP - E-mail: sp14faz@tjsp.jus.br

pois não vincula a ré. Pede a improcedência. Não houve réplica.

É o relatório.

Passo a fundamentar.

Trata-se, ao fim e ao cabo, de determinar se a campanha publicitária desneolvida pela autora, quando da realização dos Jogos Pan americanos no Rio de Janeiro, é abusiva ou não, fundamento da autuação.

Seria abusiva porque dirigida a crianças, e utilizando termos imperativos.

Evidente a largueza da vedação legal em que se baseou a autora; de fato, a autuação é fundada no artigo 37, § 2º, do CDC, que considera abusiva "a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incide à violência, explore o medo ou a superstição, *se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança*, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança".

A campanha, como já dito, consistia na entrega de cinco bonecos de pelúcia, cada um representando um esporte diferente, mediante a apresentação de cinco selos, de cores diversas, encontrados em vários produtos da autora; para a aquisição de todos os bonecos, portanto, seria necessária a compra de ao menos vinte e cinco produtos variados (dada a diversidade de cores dos selos), em um período de dois meses, e o pagamento de R\$ 3,00 por cada troca.

Conforme veiculou-se, a chamada da campanha era "brincar nunca foi tão gostoso", assim explicada: chegou a Promoção Mascotes Sadia. São 5 lindos bonecos de pelúcia para você colecionar. Para ganhar o seu, basta juntar 5 selos de cores diferentes (vermelho, azul, amarelo, preto e branco), que você encontra nas embalagens dos produtos Sadia participantes, com mais R\$ 3,00 e trocar por uma Mascote Sadia. Confira os postos de troca, produtos participantes e o regulamento completo da promoção. Colecione". A versão televisiva pouco difere, sendo a mesma, na essência.

Relevante notar que os produtos em que se encontravam os selos variavam de penne a bacon, de hambúrgueres a sanduíches, de pizza a *nuggets* (relação

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE SÃO PAULO

FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES

14ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA

Viaduto Dona Paulina, 80, 11º andar - Sala 1109, Centro - CEP 01501-020, Fone: 32422333  
R2043, São Paulo-SP - E-mail: sp14faz@tjsp.jus.br

parcial a fls. 124); são produtos que, como admite a ré, não se dirigem exclusivamente a crianças. O problema, como expresso na resposta, era que "a abusividade da campanha reside no fato de se valer da deficiência de julgamento e experiência da criança, atraindo a atenção deste público, para conseguir vender os produtos que anuncia e que nem mesmo eram dirigidos ao público infantil", ou seja, o objeto da autora "foi o de aumentar suas vendas valendo-se para isto do público infantil, que embora não tenha poder de decidir a compra, tem sem dúvida o poder de influenciá-la" (fls. 126, terceiro e quinto parágrafos).

Interessa ainda referir que na resposta da ré observa ela que existe legislação a respeito do tema da publicidade dirigida a crianças, que no entanto "tem se mostrado insuficiente ante as artimanhas publicitárias", "sendo imperativo o aperfeiçoamento do conjunto normativo para garantir uma publicidade saudável", referindo-se à necessidade de regulamentação de práticas de marketing de alimentos direcionados ao público infantil, como alertam o Conselho Nacional de Saúde e a ANVISA, sendo o tema ainda tratado em três projetos de lei (fls. 118/120), "tudo a demonstrar que a regra específica que coíbe a publicidade abusiva dirigida ao público infantil, art. 37 § 2º do CDC, vêm sendo reiteradamente violada, razão pela qual se faz necessário novas regulações " (sic).

Ora, os produtos não se dirigem especificamente a crianças, são bastante variados e não se pode dizer que são diretamente responsáveis por alguma doença, a não ser no caso de consumo excessivo e permanente, que não é causado por uma campanha com dois meses de duração.

O que a ré pretende com essa autuação é, na verdade, suplementar a existência de normas específicas a respeito dos limites dessa publicidade. Não existem esses limites, a não ser nos termos do artigo 37, § 2º, do CDC, que não pode ser regulada para aumentar sua incidência, por força do princípio da legalidade: tudo o que não é vedado ao particular é a ele permitido.

Interpretação mais extensa da norma não significa a possibilidade de aumentar o âmbito da proibição: a promoção não se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança, como se viu, por não serem os produtos dirigidos a seu específico consumo. O que se pode alegar é que as crianças podem induzir o consumo

**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE SÃO PAULO

FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES

14ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA

Viaduto Dona Paulina, 80, 11º andar - Sala 1109, Centro - CEP 01501-020, Fone: 32422333  
R2043, São Paulo-SP - E-mail: sp14faz@tjsp.jus.br

desses alimentos pelos pais, ou por elas se lhes são oferecidos pelos pais, o que, no entanto, não está abrangido na previsão legal – e, acredita-se, nem deve estar abrangido por regulamentação legal o modo como as famílias se alimentam.

Assim, não tendo ocorrido violação de obrigação legal pela autora, impõe-se anular o auto de infração impugnado.

Por todo o exposto, e pelo mais que dos autos consta, **decido**, para **julgar procedente o pedido** e anular o auto de infração.

Pela sucumbência, arcará a ré com o pagamento das custas e despesas processuais comprovadas e com os honorários advocatícios do patrono da autora, que fixo em 10% do valor dado à causa.

PRI.