



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**COMARCA DE SÃO PAULO**  
**FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES**  
**9ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA**

Viaduto Dona Paulina, 80, 8º andar - sala 805/806, Centro - CEP 01501-020,  
 Fone: 32422333 R2028, São Paulo-SP - E-mail: sp9faz@tjsp.jus.br

**DESPACHO**

Processo nº: **0044517-82.2010.8.26.0053**  
 Classe – Assunto: **Procedimento Ordinário - Anulação de Débito Fiscal**  
 Requerente: **Dr. Oetker Brasil Ltda**  
 Requerido: **Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor - Procon/sp**

Juiz(a) de Direito: Dr(a). **Simone Gomes Rodrigues Casoretti**

Vistos.

Para a concessão da antecipação dos efeitos da tutela, de acordo com o artigo 273 do Código de Processo Civil, é indispensável que o Juiz se convença da verossimilhança da alegação e haja fundado receio de dano irreparável ou de difícil reparação ou fique caracterizado o abuso de direito de defesa ou o manifesto propósito protelatório do réu.

Na espécie, a autora foi autuada por suposta violação ao artigo 37, § 2º. Do CDC, em razão da veiculação da campanha publicitária **PROMOÇÃO ZOOBREMESAS**, na qual o consumidor deveria apresentar cinco códigos de barras de qualquer produto da marca Oetker e mais o valor de R\$ 7,99, para trocar por uma mochila em formato de animal.

Segundo o auto (fl. 55), a *“publicidade foi encenada por crianças e pré-adolescentes em cenário fantasioso, onde, num suposto templo antigo, havia o consumo de diversas guloseimas, deixando claro que a publicidade era dirigida ao público infante-juvenil, buscando atingir crianças e pré-adolescentes. Tal promoção constitui-se em estímulo ao consumo exagerado para que o único objetivo da criança, coleção completa das 5 versões da mochila, seja alcançado por tal conduta.” ...”O Conselho de Auto-Regulamentação Publicitária, que determina que o anunciante deve abster-se da utilização de qualquer estímulo imperativo de compra ou consumo quando o produto for destinado à criança, no intuito de ser a publicidade elemento coadjuvante na formação desta última, como cidadã responsável e consumidora consciente.”*

Sem prejuízo de entendimento diverso quando da prolação da sentença, a decisão administrativa, merece subsistir, porque além do respeito aos princípios da ampla defesa e do contraditório, se embasou em processo administrativo no qual foram analisados os fatos, realizadas pesquisas, análises e constatação “in locu” da conduta irregular denunciada, motivo pelo qual a suposta atuação subjetiva de tal entidade não está delineada.

O respeito à criança e ao adolescente, como pessoas em desenvolvimento, é direito fundamental e não pode ser desprezado por publicidade capaz de ensejar o consumo desenfreado de produtos industrializados, em detrimento dos alimentos “in natura”, ocasionando problemas de obesidade, colesterol alto e outros nocivos à saúde.

Na verdade, o público alvo da campanha publicitária infanto-



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**COMARCA DE SÃO PAULO**  
**FORO CENTRAL - FAZENDA PÚBLICA/ACIDENTES**  
**9ª VARA DE FAZENDA PÚBLICA**

Viaduto Dona Paulina, 80, 8º andar - sala 805/806, Centro - CEP 01501-020,  
Fone: 32422333 R2028, São Paulo-SP - E-mail: sp9faz@tjsp.jus.br

juvenil exige maior cuidado na elaboração da matéria que será divulgada, porque são pessoas sensíveis aos apelos da mídia, não têm opinião formada, e podem ser influenciadas, de forma negativa, com a divulgação do produto.

Assim, **indefiro** a antecipação dos efeitos da tutela.

Se querendo, a autora poderá, no prazo de 5 dias, depositar o valor em juízo para a suspensão da exigibilidade da multa.

Cite-se.

Servirá esta como mandado e/ou ofício.

Int.

São Paulo, 07 de dezembro de 2010.

Simone Gomes Rodrigues Casoretti  
Juíza de Direito