



*Superior Tribunal de Justiça
Gabinete do Vice-Presidente*

Um ano da publicação de decisão Resp 1.558.086/SP, sobre a proteção da criança e a defesa dos consumidores.

Sinto-me prestigiado e orgulhoso em ter a oportunidade de ser lembrado, e porque também não dizer homenageado, em evento tão importante idealizado pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, órgão defensor dos direitos dos consumidores, materializado numa legislação de regência que está na origem dos inúmeros avanços conquistados ao longo dos mais de 25 anos de sua vigência.

De parabéns os idealizadores.

No mais, registro que o tema em debate está afeto a precedente de minha relatoria julgado pela 2ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, denominado pelo Ministro Herman Benjamim como “um julgamento histórico”, no REsp 1.558.086/SP, relativamente à publicidade de alimentos ao público infantil.

Na hipótese, foi mantida condenação imposta pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo à empresa Pandurata Alimentos, antiga Bauducco & Cia. Ltda., diante de configurada publicidade voltada ao público infantil, que se entendeu caracterizada como venda casada.

Na origem, foi ajuizada ação civil pública pelo Ministério Público do Estado de São Paulo contra campanha publicitária promovida pela mencionada empresa, a qual ofertava relógios inspirados em personagens infantis, isso se o consumidor adquirisse pelo menos 5 (cinco) pacotes de



Superior Tribunal de Justiça
Gabinete do Vice-Presidente

bolachas e, conjuntamente, pagasse mais 5 (cinco) reais, fundada em alegada violação ao Código de Defesa do Consumidor.

Na suma de sua defesa, a empresa argumentou que essa campanha publicitária era direcionada aos pais e não às crianças e adolescentes, buscando assim negar o uso da apontada prática enganosa, abusiva e ilegal.

Em grau recursal ordinário, a sentença condenatória foi mantida pelo tribunal estadual paulista, e a empresa interpôs Recurso Especial ao Superior Tribunal de Justiça, por mim relatado, no qual se manteve a decisão da Corte Estadual, considerando-se que essa campanha publicitária configuraria uma venda casada que “*aproveita da ingenuidade das crianças*”, precedente paradigmático que passou a servir como referência no controle consumerista relativamente às campanhas publicitárias da indústria alimentícia.

Votaram ainda naquela assentada os Srs. Ministros Herman Benjamin, Mauro Campbell Marques, Assusete Magalhães (Presidente) e Diva Malerbi (Desembargadora convocada do TRF da 3ª Região), restando o acórdão unânime assim ementado no trecho que ao tema importa:

PUBLICIDADE DE ALIMENTOS DIRIGIDA À CRIANÇA. ABUSIVIDADE. VENDA CASADA CARACTERIZADA. ARTS. 37, § 2º, E 39, I, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. 2. A hipótese dos autos caracteriza publicidade duplamente abusiva. Primeiro, por se tratar de anúncio ou promoção de venda de alimentos direcionada, direta ou indiretamente, às crianças.



Superior Tribunal de Justiça
Gabinete do Vice-Presidente

Segundo, pela evidente "venda casada", ilícita em negócio jurídico entre adultos e, com maior razão, em contexto de marketing que utiliza ou manipula o universo lúdico infantil (art. 39, I, do CDC). 3. *In casu*, está configurada a venda casada, uma vez que, para adquirir/comprar o relógio, seria necessário que o consumidor comprasse também 5 (cinco) produtos da linha "Gulosos". Recurso especial improvido.

Dentro do espírito republicano, nossa Corte sempre buscou, e permanecerá buscando, fazer da vida do consumidor uma vida melhor, mais digna e sempre com mais respeito.

Como guardião do bem comum, é essa a missão atribuída ao Judiciário no trato especial relacionado aos comumente hipossuficientes consumidores, com a qual guardo compromisso pessoal, profissional e divino.

Muito obrigado.

MINISTRO HUMBERTO MARTINS