



STJ afasta multa milionária por cartões em maços de cigarro

O uso de cartões informativos nas embalagens de cigarro não representa publicidade indevida e, por isso, não é ilegal. A decisão é da 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça que afastou indenização de R\$ 1 milhão aplicada a empresa Souza Cruz pela prática. O valor atualizado ultrapassaria R\$ 6 milhões.

O Tribunal Regional Federal da 3ª Região havia condenado a empresa por considerar a prática abusiva. Os cartões eram inseridos dentro dos maços de cigarro e continham informações ao consumidor sobre alterações no produto e na sua embalagem.

Segundo o Ministério Público Federal, o cartão era na verdade publicidade abusiva e tinha como objetivo permitir que o consumidor escondesse a advertência impressa na embalagem sobre os riscos do consumo de cigarro.

A ação foi proposta pelo MPF em conjunto com o Instituto Barão de Mauá de Defesa de Vítimas e Consumidores contra Entes Poluidores e Maus Fornecedores.

No Superior Tribunal de Justiça, a Souza Cruz afirmou que não havia publicidade, uma vez que o objetivo não era atrair consumidores, mas sim avisar àqueles que já compraram o produto sobre alterações nas embalagens.

Além disso, a empresa argumentou que o consumidor poderia eventualmente usar o material para esconder a advertência, no entanto, a empresa não poderia ser responsabilizada pelo uso feito pelo consumidor. A Souza Cruz foi representada pelo escritório Eduardo Antônio Lucho Ferrão Advogados.

No STJ, a questão dividiu a 3ª Turma, prevalecendo o voto do ministro Moura Ribeiro. Ele explicou que a publicidade tem por objetivo atrair o público, coisa que cartões não fazem, pois estão dentro da embalagem do cigarro e, portanto, são acessíveis somente depois da compra e abertura do maço de cigarro pelo consumidor. Além disso, o ministro afirmou que, ainda que fosse considerada publicidade, não havia abuso.

Sobre a possibilidade de uso pelo consumidor para tampar as advertências dos riscos de fumar, o ministro acatou o argumento da Souza Cruz de que a empresa não pode ser responsabilizada pelo modo como o consumidor vai utilizar aquele material. Assim, afastou a condenação por dano moral coletivo. O voto de Moura Ribeiro foi seguido pelos ministros Ricardo Villas Bôas Cueva e Marco Aurélio Bellizze.

A ministra Nancy Andrighi, relatora, e o ministro Paulo de Tarso Sanseverino ficaram vencidos. No entendimento de Nancy, os cartões podem ser considerados publicidade e seria ingenuidade supor que consumidor não utilizaria o material para cobrir as advertências.

**Impacto jurisprudencial**

A advogada Janaina Carvalho, sócia do Eduardo Antônio Lucho Ferrão Advogados Associados, comemorou a decisão. "Trata-se da primeira decisão em que o STJ enfrentou a matéria de forma completa", diz

Segundo ela, a decisão deverá ter impacto jurisprudencial em causas futuras. "Nesta ação, o STJ entendeu que não há ato ilícito no uso da ferramenta 'inserts' e na ferramenta 'onserts', pois são voltados para o consumidor que já adquiriu o produto", explica a advogada. Inserts e onserts são os termos técnicos que, no jargão publicitário, se referem aos cartões informativos.

REsp 1.703.077**Date Created**

15/12/2018