

Juiz mantém multa de R\$ 1 milhão a Vigor por publicidade infantil

O juiz Adriano Marcos Laroça, da 12ª Vara da Fazenda Pública de São Paulo, negou pedido da Vigor e manteve multa de mais de R\$ 1 milhão, aplicada pelo Procon, em razão da prática de publicidade infantil.

Reprodução



Reprodução Juiz mantém multa de mais de R\$ 1 milhão a Vigor por publicidade infantil

O programa Criança e Consumo, do Instituto Alana, que denunciou o caso, também foi aceito para atuar como *amicus curiae* no processo. Na decisão, o magistrado destacou o impacto da publicidade infantil na dinâmica familiar e a importância do redirecionamento de toda publicidade aos adultos, responsáveis diretos pelas compras das famílias.

"O argumento de que a decisão de compra ou não do produto caberia, em última instância, aos adultos, ignora a dinâmica da vida real, uma vez que a propaganda destinada às crianças tem exatamente o intuito de fazer com que ela peça aos pais para comprá-lo. Além disso, a publicidade infantil, com frequência, gera conflitos entre filhos e pais, que não raro acabam cedendo diante da "birra", afirmou.

Para o juiz, no caso dos autos, o fato de se tratar de um produto alimentício agrava o quadro, "pois a publicidade induz a criança ao consumo de alimento processado". O advogado **João Francisco Coelho**, do programa Criança e Consumo, comemorou a decisão e falou da necessidade de se proteger as crianças.

"A Justiça sustentou o entendimento do Procon de que a estratégia publicitária desenvolvida pela empresa de laticínios exerceu pressão sobre as crianças para persuadi-las ao consumo indiscriminado do produto. Com essa importante decisão, a Justiça reconhece a ilegalidade da publicidade infantil e a prioridade absoluta na proteção das crianças frente à exploração comercial", disse o advogado.

**Relembre o caso**

Em 2014, a empresa de produtos alimentícios promoveu uma campanha publicitária do produto Vigor Grego Kids direcionada a crianças. A estratégia buscava falar diretamente com o público infantil em diferentes lugares, de anúncios de TV às próprias embalagens.

Outra estratégia comercial adotada pela empresa foi anunciar a parceria com a Walt Disney Studios para patrocinar a exibição da série Star Wars Rebels. Foi desenvolvido um aplicativo de jogo de realidade aumentada, cuja chave de acesso estava na própria embalagem do Vigor Grego Kids.

Também continha, junto aos pacotes do produto, cartas colecionáveis da campanha. A ação foi divulgada em todos os meios de comunicação do grupo Disney: rádio, veículos impressos (almanaques e gibis) e canais infantis na TV paga.

A campanha foi denunciada pelo Criança e Consumo e, em 2019, a Vigor foi condenada pelo Procon. A empresa recorreu, mas o órgão manteve a multa. Diante disso, a Vigor acionou o Judiciário, mas o pedido para anular a multa foi negado pelo juiz Adriano Marcos Laroça.

A Vigor se manifestou, em nota, a respeito:

"A Vigor tem como princípio o respeito ao consumidor e atende à regulamentação dos órgãos competentes, incluindo normas estabelecidas para a publicidade de produtos. Sobre a ação nº 1501020-75.2021.8.26.0014 promovida pelo PROCON, a Vigor informa que já apresentou recurso de defesa ao órgão responsável e está à disposição para quaisquer esclarecimentos. A empresa reforça ainda que a ação se refere a iniciativas realizadas no ano de 2014 e que a produção do item em questão foi descontinuada desde 2016".

1501020-75.2021.8.26.0014

Texto alterado às 21h05 de 28/7, para acréscimo do posicionamento da Vigor.

Autores: Redação ConJur