

Burger King é multado em R\$ 450 mil por propaganda enganosa

A norma consumerista se destina à proteção de todos os consumidores e não apenas aos atentos ou bem informados. Com esse entendimento, a 5ª Câmara de Direito Público do Tribunal de Justiça de São Paulo manteve uma multa, no valor de R\$ 450 mil, imposta pelo Procon ao Burger King por propaganda enganosa.

Reprodução



Reprodução TJ-SP mantém multa de R\$ 450 mil ao Burger King por propaganda enganosa

A rede de lanchonetes foi multada pelo Procon em razão da promoção "Whopper Páscoa", que anunciava um lanche especial com chocolate para quem comparecesse a uma loja em 1º de abril de 2018, quando se comemorou a Páscoa e o Dia da Mentira.

Porém, conforme o Procon, tratava-se de uma pegadinha de 1º abril e o lanche especial não foi comercializado, "frustrando a justa expectativa do público consumidor". O Burger King alegou não ter feito propaganda enganosa, mas apenas uma maneira mais agressiva de publicidade, típica da empresa, e que não feriu o direito dos consumidores.

Mas o TJ-SP, por unanimidade, rejeitou o recurso do Burger King e manteve a multa. Para a relatora, desembargadora Heloísa Martins Mimessi, o procedimento administrativo atendeu aos ditames legais e respeitou o contraditório e a ampla defesa.

"Não há, tampouco, qualquer teratologia ou imprecisão nos autos administrativos a elidir a presunção de legitimidade dos atos administrativos do Procon. Observe-se que em casos como o presente, havendo órgão administrativo especializado, ao Judiciário resta o controle de legalidade da administração pública", disse.

A relatora afirmou que, no caso dos autos, o Procon acertou ao considerar a ocorrência de propaganda enganosa. Segundo ela, é "evidente" que muitos consumidores foram levados à dúvida e frustração e não conseguiram identificar que a promoção era, na verdade, uma brincadeira da rede de lanchonetes.

"No caso dos autos, restou suficientemente demonstrado que, de fato, ao anunciar um produto que não existia, a empresa levou diversos consumidores a erro. Não se desconhece que à publicidade também



deve ser conferido o direito de liberdade de expressão; inclusive com a possibilidade de criação de conteúdos lúdicos, engraçados e inusitados. Porém, o essencial é que as informações sejam precisas, de modo a não criar expectativas falsas ou desatendidas", completou.

Ainda segundo Mimessi, por meio da propaganda, o Burger King atraiu consumidores que, não encontrando o lanche especial, acabaram por comprar outros produtos. "Tampouco o fato de as lojas terem oferecido um sorvete casquinha a quem pedia o whopper de páscoa exime a empresa de sua responsabilidade", concluiu. A decisão foi unânime.

Clique [aqui](#) para ler o acórdão

1045714-06.2020.8.26.0053

Date Created

23/09/2021