



São Paulo, 05 de dezembro de 2017.

CIRCULAR SINAPRO-SP Nº 09.2017

A/C: Depto. Financeiro

Assunto: Atenção com informações colocadas em peças publicitárias e encartes

Prezados,

Leia com muita atenção o texto abaixo para evitar o pagamento de dano moral coletivo por falta de clareza em peça publicitária impressa, por agências e anunciantes desse Estado.

O Ministro do Superior Tribunal de Justiça (STJ), Luís Felipe Salomão manteve a condenação imposta pelo Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJRJ) a **quatro das maiores empresas varejistas do Brasil**, pela falta de clareza em promoções anunciadas através de anúncios e encartes publicitários, em mídia impressa.

A ação civil pública foi proposta pela Defensoria Pública do Rio de Janeiro em razão das atuadas estarem distribuindo, no Estado, **propaganda impressa com utilização de letras diminutas** que dificultavam a leitura das informações precisas sobre prazo de validade da oferta, e das condições praticadas como taxa de juros aplicadas às operações, o número de parcelas admitidas, e demais aspectos.

Em primeira instância, **foi estabelecida uma indenização por dano moral coletivo e fixada multa diária de R\$10mil**, caso as empresas em causa não adequassem suas peças publicitárias ao Código de Defesa do Consumidor.

A sentença foi mantida pelo TJRJ, pois os desembargadores **estenderam** a regra estabelecida no art. 54 do CDC que determina, nos casos de contratos de adesão, a adoção de letra legível e **não inferior ao tamanho 12**, às ofertas veiculadas em anúncios e encartes de jornais.

No STJ, ao examinar os recursos das empresas de varejo, o Ministro Luís Felipe Salomão manteve a decisão do TJRJ e considerou:

.....

“Além disso, a corte estadual considera estar comprovado na espécie o ato ilícito, e caracterizado o dano moral coletivo, na medida em que a conduta dos réus consistente na violação de direito coletivo de informação lesionou os interesses dos consumidores”.

.....

O Ministro Luís Felipe Salomão ressaltou ainda que **“a jurisprudência do STJ considera incompatível com os princípios da transparência e da boa-fé, a utilização de letras diminutas, especialmente se a informação tiver relação com a informação central da peça publicitária”.**



Portanto, é necessário muito cuidado com os rodapés ditos legais. Eles dizem respeito ao conteúdo da peça publicitária e, no mais das vezes, são impressos com fonte reduzida e com péssimo contraste, dificultando seriamente a leitura.

Para qualquer esclarecimento a respeito do assunto contido nesta circular, permanecemos à disposição através do e-mail: atendimento@sinaprosp.org.br

Atenciosamente,

Francisco Sales Romeu de Moraes
Diretor Executivo.