

TJ-RS usa estudo neurocientífico para validar anúncio de agrotóxico

A 15ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul anulou, em acórdão publicado na última quinta-feira (30/10), a condenação de uma fabricante de **agrotóxicos** pela acusação de publicidade abusiva de um de seus produtos.

A base para a decisão foi um estudo neurocientífico que, segundo os autos, comprovou que as advertências sobre o uso do composto químico eram legíveis, compreensíveis e cumpriam sua função informativa nas peças publicitárias. O estudo contrariou as conclusões da sentença de primeiro grau, que viu irregularidades nos anúncios.

A disputa teve início com uma **ação coletiva de consumo** ajuizada pelo Ministério Público do Rio Grande do Sul contra a empresa, em 2020. O órgão alegava que os anúncios dos produtos, publicados em revistas impressas, eram abusivos por não darem o devido destaque às advertências obrigatórias sobre os riscos de uso. O MP-RS também questionou a legalidade da veiculação desses anúncios em outros canais, como meios eletrônicos e *outdoors*.

A sentença de primeiro grau, publicada em abril de 2022, deu razão parcial ao MP-RS. O juízo concluiu que houve irregularidades nos anúncios de um dos produtos, um fungicida usado em lavouras de milho.

Segundo a sentença, as advertências previstas em lei receberam um “espaço minúsculo e escondido, quase ao pé da página e num canto” do anúncio sobre o agrotóxico. O juízo considerou que esses alertas estavam “praticamente ilegíveis” na revista.

Com base nessas conclusões, a sentença determinou que a empresa adequasse os anúncios aos termos da **Lei 9.294/1996**, que regula a publicidade de produtos controlados; e da antiga **Lei 7.802/1989**, que tratava do comércio de agrotóxicos — e que foi substituída pela **Lei 14.785/2023**. Foi estabelecida pena de R\$ 1 mil para cada anúncio irregular em caso de descumprimento.

Legibilidade atestada

O TJ-RS acolheu a apelação da empresa e anulou a condenação. A decisão foi tomada, em grande parte, com base em um estudo neurocientífico contratado pela fabricante. Segundo o acórdão, a pesquisa atestou que mais de 92% dos entrevistados identificaram os avisos na propaganda e que o índice de compreensão dessas advertências foi de 80%.

A juíza convocada Giovana Farenzena, relatora do caso, concluiu que não era razoável exigir que as letras da advertência, no anúncio, tivessem uma proporção idêntica à do nome do produto. Para a magistrada, isso seria uma interpretação literal e excessivamente rigorosa da lei.

“A prova produzida nos autos, notadamente o estudo neurocientífico, demonstra que as advertências são, de fato, claras, legíveis e compreensíveis ao público-alvo, cumprindo a finalidade informativa da norma”, avaliou a magistrada.

Atuaram no caso os escritórios CMT Adv — Carvalho, Machado e Timm Advogados, liderado pelo sócio de disputas **Luciano Timm**, e o escritório Figueiredo e Santos Sociedade de Advogados, com sustentação de defesa pela sócia diretora **Lidia Cristina Jorge dos Santos**.

Clique [aqui](#) para ler o acórdão
AC 5019205-67.2020.8.21.0001

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2025-nov-03/tj-rs-usa-estudo-neurocientifico-para-validar-anuncio-de-agrotoxico/>

