

**EXCELENTÍSSIMO (A) SENHOR (A) DOUTOR (A) JUIZ (A) DE  
DIREITO DA VARA DOS FEITOS DE RELAÇÕES DE CONSUMO DA  
COMARCA DE SALVADOR DO ESTADO DA BAHIA.**

**IDEA/MPBA: Inquérito Civil n.º 003.9.241496/2019.**

**EMENTA: AÇÃO CIVIL PÚBLICA – OFERTA ENGANOSA E ABUSIVA DIRECIONADA AO PÚBLICO IDOSO – DESRESPEITO À VIDA, SAÚDE, E SEGURANÇA – PRODUTOS DEFEITUOSOS – VIOLAÇÃO DA LIBERDADE DE ESCOLHA DOS CONSUMIDORES – MÁCULA AO DIREITO À INFORMAÇÃO – IMPLEMENTO DE INCONTÁVEIS PRÁTICAS ABUSIVAS PELOS PREPOSTOS DA EMPRESA EM DESFAVOR DOS HIPERVULNERÁVEIS – VENDA CASADA – ENVIO DE PRODUTO SEM SOLICITAÇÃO – EXIGÊNCIA DE VANTAGEM MANIFESTAMENTE EXCESSIVA – PRODUTOS EM DESACORDO COM AS NORMAS ESTABELECIDAS PELOS ÓRGÃOS COMPETENTES – COBRANÇAS VEXATÓRIAS – DIVERSAS COBRANÇAS INDEVIDAS – ULTRAJE AO DIREITO DE ARREPENDIMENTO – ÓBICE AOS CONCELAMENTOS – DESCUMPRIMENTO DO DECRETO ÀS REGRAS DO SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR – NECESSIDADE DE DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA – DIREITO À REPETIÇÃO DO INDÉBITO EM DOBRO – INCONTESTÁVEL DANO MORAL COLETIVO PERPETRADO EM ÓTICA DIFUSA – INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA – PLEITO DE ANTECIPAÇÃO DA TUTELA PRETENDIDA – PROCEDÊNCIA DESTA AÇÃO CIVIL PÚBLICA.**

**1. Trata-se de Ação Civil Pública proposta contra as empresas NORBERTO DA GUI FRANCO, ELEVE SUPLEMENTOS ALIMENTARES EIRELI e GUIA COMÉRCIO DE SUPLEMENTOS ALIMENTARES EIRELI, popularmente conhecidas como ELEVE SUPLEMENTOS, em razão de aduzirem publicidade enganosa e abusiva diante do consumidor idoso, além de outras deletérias práticas abusivas que acarretam danos que transcendem a esfera individuais e alcançam a esfera difusa.**

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA**, por intermédio da Promotora de Justiça que, abaixo, subscreve, dando cumprimento à sua função institucional de zelar pela defesa dos direitos e interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos, diante do quanto previsto nos artigos 5º, inciso XXXII, 127, inciso III, e 170, V, da Carta Magna Brasileira, assim como com fulcro no artigo 138, inciso III, da Constituição do Estado da Bahia e, ainda, nos artigos 25, inciso IV, alínea “a”, e 72, inciso IV, alínea “b”, respectivamente, das Leis Orgânica Nacional e Estadual do Ministério Público - Lei Federal nº 8.625/93 e Lei Complementar nº. 11/96, que determinam a atuação do *Parquet* em prol daqueles interesses e, embasado no quanto previsto nos artigos 81, parágrafo único, incisos II e III, 82, inciso I, e 90, além dos arts. 6º, incisos IV e VI, 35, 37, 39, incisos IV e V, e 51, parágrafo 1º, inciso I a III, todos do Código de Defesa do Consumidor Pátrio, por fim, com esteio no artigo 3º, da Lei Federal nº 7.347/85, diante das informações coletadas no **Inquérito Civil n.º 003.9.241496/2019**, vem, perante Vossa Excelência, propor:

### **AÇÃO CIVIL PÚBLICA**

com pedido de tutela provisória de urgência antecipada, seguindo-se o rito previsto nos arts. 300 e seguintes da Lei n.º 13.105/15, em face de:

**NORBERTO DA GUIA FRANCO NETO**, amplamente conhecida como **ELEVE SUPLEMENTOS**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 35.120.247/0001-26, com sede na Rua Virgílio, Parque Vila Prudente, n.º 120, CEP 03.138-050, São Paulo/SP;

**ELEVE SUPLEMENTOS ALIMENTARES EIRELI**, amplamente conhecida como **ELEVE SUPLEMENTOS**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 22.760.590/0001-93, com sede na Rua Martins Fontes, Centro, n.º 91, apt. 41, CEP 01.050-000, São Paulo/SP;

**GUIA COMÉRCIO DE SUPLEMENTOS ALIMENTARES EIRELI**, amplamente conhecida como **ELEVE SUPLEMENTOS**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 35.014.499/0001-70, com sede na Rua Martins Fontes, Centro, n. 81, Conjunto 32, sala 8, CEP 01.050-000, São Paulo/SP; em decorrência dos seguintes pressupostos fáticos e jurídicos:

## **I – DOS PRESSUPOSTOS FÁTICOS QUE NORTEIAM A PRESENTE AÇÃO CIVIL PÚBLICA.**

Em 13 de dezembro do ano de 2019, o Sr. Charles Augusto Mendonça de Santana compareceu no plantão de atendimento das Promotorias de Justiça do Consumidor desta capital e, em sede de termo de declarações<sup>1</sup>, aduziu que a empresa Eleve Suplementos vendeu indevidamente um total de R\$ 1.473,00 (um mil, quatrocentos e setenta e três reais), em suplementos alimentares à sua genitora, Sra. Maria Celia Mendonça de Santana. A aquisição deu-se por telefone – informado durante propaganda veiculada em canal de televisão de caráter religioso (“TV Aparecida”), tendo a referida Senhora – pessoa idosa e com problemas médicos, inclusive psicológicos – sido atraída pela oferta. O noticiante instruiu a denúncia com os boletos/recibos enviados pela fornecedora<sup>2</sup>, com comprovantes de pagamento<sup>3</sup>, com o número do Procedimento iniciado junto ao PROCON-BA e a notificação extrajudicial enviada à empresa<sup>4</sup>, com documentos comprobatórios acerca do estado de saúde da sua genitora<sup>5</sup> e, por fim, com extrato contendo capturas de tela do sítio eletrônico “Reclame.Aqui”<sup>6</sup>, onde se verificam outras irresignações semelhantes ao seu caso.

O Sr. Charles Santana demonstrou que a Eleve Suplementos não teve o devido cuidado de avaliar, antes de finalizar a compra, o caso concreto referente à sua genitora,

<sup>1</sup> Cf. Termo de Declaração em ID MP 1615430 - Pág. 3 e 4.

<sup>2</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 9, 16, 19 a 21.

<sup>3</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 17 e 18.

<sup>4</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 5, 6, 7 e 13 a 15.

<sup>5</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 10 a 12.

<sup>6</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 22 a 28.

uma mulher idosa que, além de comprovadamente sofrer de pressão alta, ansiedade e depressão (fazendo uso de psicofármacos). Esta ligou apenas para obter informações acerca dos produtos anunciados no programa televisivo supramencionado e acabou sendo convencida a obtê-los em quantidades e preços exorbitantes. O declarante informou que solicitou acesso a ligação realizada por sua genitora e percebeu que nem sequer houve de fato confirmação acerca do seu pedido. Acrescentou que, na tentativa de explicar a situação e sustar as cobranças, manteve contato telefônico com a empresa, porém essa permaneceu firme no entendimento de que todos os 7 (sete) boletos de R\$ 210,42 que compunham a compra deveriam ser pagos.

Como se não bastasse o inconveniente já exortado, arguiu que a Eleve Suplementos enviou mais uma caixa com novos suplementos, sob o título de “complemento” à primeira remessa adquirida, sem informar nenhum custo adicional. Entretanto, os citados produtos revelaram mais um ônus inesperado, dessa vez, no importe de R\$ 1.470,05 (um mil, quatrocentos e setenta reais e cinco centavos), conforme consta em DANFE<sup>7</sup> acostado à fl. ID MP 1615430 - Pág. 20; deixando nítido o emprego de má-fé por parte das empresas fornecedoras. Além de não serem informados previamente acerca do preço da nova mercadoria, os destinatários finais foram instruídos a reenviarem por conta própria os produtos “complementares”, arcando, inclusive, com o custo de R\$ 56,06 (cinquenta e seis reais e seis centavos) referente ao despacho<sup>8</sup>.

Realizada pesquisa junto ao sítio eletrônico “Reclame.aqui”<sup>9</sup>, foram agrupadas identificadas 06 (seis) denúncias que novamente indicaram emprego de má-fé por parte da Eleve Suplementos, principalmente em relação ao público hipervulnerável. Observou-se denúncia referente à venda de elevada quantidade de suplementos a uma consumidora de 84 (oitenta e quatro) anos. Tal fato comprometeu o seu orçamento, sendo que essa, portadora de câncer de esôfago em estágio avançado, sequer podia ingerir o produto adquirido<sup>10</sup>. Também foi relatado outro caso semelhante envolvendo idosa com câncer, que após ligar apenas para obter informações sobre o produto

<sup>7</sup> Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica.

<sup>8</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 17.

<sup>9</sup>Cf. ID MP 1615430 - Pág. 32 a 39.

<sup>10</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 33.

apresentado, foi compelida ao consumo mediante mensagens que exploravam o seu medo e faziam uso de “terror psicológico”<sup>11</sup>.

Em fato semelhante, solicitando basicamente o CPF de uma consumidora de 85 (oitenta e cinco) anos, detentora de laudos médicos de demência frontal-temporal, um preposto das demandadas vendeu, através de sete boletos bancários, 23 (vinte e três) caixas de Suplementos Alimentares, totalizando R\$ 3.570,75 (três mil, quinhentos e setenta reais e setenta e cinco centavos) em cobranças. Posteriormente ao ocorrido, negou-se a cancelar a compra, exigindo 48 (quarenta e oito) horas para “analisar o ocorrido”<sup>12</sup>. Em outros casos, ainda houve menção a ligações frequentes e inoportunas ao domicílio dos consumidores – mesmo após reiterada negativa à aquisição de mercadorias<sup>13</sup> – e indução de uma idosa (73 anos) com depressão ao consumo<sup>14</sup>.

Com esteio nessas e em outras protestações, denotou-se imperiosa a abertura de Inquérito Civil para fins de investigar a Eleve Suplementos, devido aos fortes indícios de vilipêndios aos arts. 6º, II e IV, 30, 31, 37 e 39, IV, todos do CDC. O procedimento inquisitório foi instaurado em sede da Portaria, exarada em 03/03/2020<sup>15</sup>, onde restaram determinadas, dentre outras diligências, o envio de notificação para a mencionada fornecedora, para que se manifestasse acerca do feito e apresentasse seus atos constitutivos. Em 18/09/2020 foi remetida notificação para a pessoa jurídica Norberto da Guia Franco Neto (ELEVE SUPLEMENTOS)<sup>16</sup>.

### **1.1 DAS INFORMAÇÕES QUE COMPLEMENTARAM AS PESQUISAS INICIAIS E CONSTATARAM, DE MODO INDUBITÁVEL, A CONDUTA ABUSIVA E EIVADA DE MÁ-FÉ POR PARTE DA DEMANDADA.**

Considerando a importância de investigar as práticas abusivas descritas no bojo dos autos, o *Parquet* novamente operou busca – dessa vez ainda mais meticulosa e

<sup>11</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 35.

<sup>12</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 37.

<sup>13</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 34.

<sup>14</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 36.

<sup>15</sup> Cf. ID MP 1615430 - Pág. 1.

<sup>16</sup> Cf. ID MP 1722587 - Pág. 1 e ID MP 1722635 - Pág. 1.

detalhada – junto ao site “Reclameaqui”, tendo sido encontradas várias denúncias posteriormente anexadas<sup>17</sup>. Mediante certidão<sup>18</sup>, constatou-se que, até o período de setembro do ano de 2020, a acionada possuía 197 (cento e noventa e sete) reclamações feitas por consumidores no aludido sítio eletrônico. Do total, foi realizada a captura de tela de 145 (cento e quarenta e cinco) protestações relevantes ao tema da investigação.

Ressalvado que as reclamações quase sempre abordavam mais de um tema, foram observados: 44 (quarenta e quatro) relatos acerca de Publicidade enganosa e/ou abusiva; 36 (trinta e seis) referentes à indução indevida de consumidor idoso ao consumo, tendo em vista a sua idade e/ou prevalecendo-se da sua condição; 30 (trinta) irresignações acerca de ligações abusivas e inoportunas da empresa; 30 (trinta) concernentes ao envio de produtos não pedidos ou envio de mais produtos que o solicitado; 8 (oito) casos de envio de produto diferente do pedido; 20 (vinte) episódios em que foi mencionado defeito e/ou vícios nas mercadorias adquiridas; 61 (sessenta e um) sobre problemas com o serviço de atendimento ao consumidor; e 65 (sessenta e cinco) acerca da existência de óbices ao cancelamento dos pedidos e/ou para obtenção do reembolso.

O presente Órgão Ministerial elaborou uma tabela<sup>19</sup>, esquematizando por tema, todas as arbitrariedades encetadas pelas Rés no período de janeiro a setembro de 2020 – constituindo 91 (noventa e uma) reclamações –, para fins de tornar célere a observação e o encontro de cada prática abusiva citada nessa Ação Civil Pública. Nesse ínterim, faz-se mister externalizar aquelas protestações de caráter mais relevante, com o escopo de comprovar o vasto alcance dos ultrajes, conferindo especificidade e precisão à presente exordial. Contudo, as exposições infracitadas consubstanciam apenas um resumo das agruras promovidas pelo polo passivo desta ação, não refletindo a completa consternação impingida à comunidade. Para essa constatação, torna-se imperioso o exame completo de todas as reclamações justapostas aos autos, que coadunam os mais variados graus de violação.

<sup>17</sup> Todas as denúncias estão disponíveis, ID MP 1792403 - Pág. 1 até ID MP 1792404 - Pág. 91.

<sup>18</sup> Cf. ID MP 1792401 - Pág. 1 a 2 e ID MP 1792402 - Pág. 1 e 2.

<sup>19</sup> Cf. ID MP 1792405 - Pág. 1 a 11.

No que toca às manifestações, no dia 15/09/2020, uma consumidora de São Paulo protocolou demanda no site “Reclame.aqui” alegando que as Rés agem de forma ilícita. Isso porque induziram duas idosas (de 70 e 80 anos) a consumirem R\$ 6.000,00 (seis mil reais) em mercadorias com a promessa de “voltar a enxergar”. Foram realizados débitos constantes até esgotar o limite dos cartões de crédito utilizados e continuaram as cobranças posteriormente mediante boletos bancários. Ademais, realizaram quantidade abusiva de ligações publicitárias, mesmo após solicitação de interrupção das veiculações telefônicas. Justaposto a isso, os prepostos da empresa Eleve Suplementos ainda criam óbices para o cancelamento das compras e para obtenção do devido reembolso<sup>20</sup>, fato que se repete em diversas outras agruras relatadas – mesmo nos casos em que o cliente faz jus ao direito de arrependimento<sup>21</sup>, ou quando são enviados produtos não solicitados.

Em outro episódio, denunciado por uma cidadã do Rio Grande do Sul, fora mencionado que a Eleve Suplementos vendeu R\$ 2.000 (dois mil reais) em produtos para uma idosa (80 anos) praticamente cega, prometendo-lhe que “voltaria a enxergar”. Posteriormente à venda – claramente pautada em oferta enganosa, visto que se trata de um mero suplemento alimentar –, voltaram a fazer ligações aduzindo que era necessário comprar outras mercadorias para que se alcançasse eficácia no “tratamento” – termo frequentemente utilizado, embora os itens comercializados não sejam medicamentos. A consumidora idosa, fragilizada pela sua condição, novamente foi induzida indevidamente ao consumo, dessa vez no montante de R\$ 600 (seiscentos) reais. Mesmo após todos os gastos, as Rés continuaram a importunar a cliente com falsas promessas, chegando ao ponto de chamarem ela de “teimosa” por não querer mais efetuar compras<sup>22</sup>.

Além de se prevalecer da fraqueza de inúmeros idosos, a Eleve Suplementos age com extrema negligência no comércio voltado a esse público, situação que acarreta recorrentes episódios de acidentes de consumo. Conforme relato de uma consumidora do Rio de Janeiro, após sua mãe (de 83 anos) adquirir o produto “Condroleve”,

<sup>20</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 2.

<sup>21</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 52.

<sup>22</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 4.



supostamente utilizado para as articulações, recebeu em seu domicílio um produto para as vistas denominado “Lever”. Após ingeri-lo, equivocadamente, começou a sentir sua boca amargar, sua pressão aumentou e começou a “ter fraqueza nas pernas”<sup>23</sup>. Não bastasse o recorrente desleixo – estopim para eventos como o descrito –, também se avolumam casos em que os destinatários finais relatam efetivos defeitos e/ou vícios<sup>24</sup> presentes nos itens comercializados.

Consoante, após a utilização dos produtos veiculados sob oferta de “cura da visão” e/ou “cura da catarata”, existem menções a queda de pressão, tonturas, dores renais, dor intensa nos olhos, irritação e sensibilidade nas vistas<sup>25</sup>. No que concerne às outras mercadorias, constam descrições de produtos causando inchaços<sup>26</sup>; produtos que não oferecem a segurança que deles legitimamente se esperam, pois apresentam “comprimidos colados”, com formato irregular, com mau cheiro<sup>27</sup> e, ainda, um caso de em que o consumidor afirma existir algum “ser vivo” dentro de pote lacrado<sup>28</sup>. Outrossim, insta mencionar os frequentes episódios que descrevem o despreparo dos prepostos da fornecedora, que desrespeitam o cliente durante os atendimentos e realizam cobranças abusivas, submetendo o consumidor inadimplente a constrangimento ou, ainda, reclamando de quantia não devida.

Destaca-se que, após averiguação dos Rótulos das mercadorias disponibilizadas no sítio eletrônico da parte *ex adversa*, observou-se que aqueles denominados “CONDRILEVE” e “MACA PERUANA”<sup>29</sup> encontravam-se em desacordo com as normas expedidas pelos Órgãos oficiais competentes, ferindo o direito à informação, rogado aos destinatários finais, e promovendo mácula ao que preconiza o art. 39, inciso VIII, do CDC. A exposição discorrida nas linhas precedentes, embora exígua, já deflagra a inexorável lesão a incolumidade coletiva, destacando-se o caráter injusto e intolerável dos ultrajes, pois detem o intuito de obter vantagens indevidas em detrimento de

<sup>23</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 47.

<sup>24</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 31.

<sup>25</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 65 e ID MP 1792404 - Pág. 10.

<sup>26</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 38.

<sup>27</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 79.

<sup>28</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 53.

<sup>29</sup> Esse item (Maca Peruana) atualmente (momento de elaboração desta exordial) não encontra-se mais em comercialização no mencionado site.



consumidores hipervulneráveis.

## **1.2 DAS DEMANDAS JUDICIAIS IDENTIFICADAS QUE SE COADUNAM COM AS DENÚNCIAS EXTRAÍDAS DO RECLAME.AQUI E REFORÇAM O CARÁTER COLETIVO DESTA DEMANDA E DA AUSÊNCIA DE RESPOSTA DA ACIONADA PERANTE O TERMO DE AJUSTAMENTO DE CONDUTA PROPOSTO.**

Por fim, em face das missões e deveres institucionais de investigação, o *Parquet* também efetivou pesquisa<sup>30</sup> relativa ao número de processos perpetrados pela classe consumerista em desfavor da parte *ex adversa*. Fora percebida a consubstanciação de lides em distintas comarcas do território Nacional envolvendo 2 (dois) CNPJ's que comercializam os produtos mencionados nesta ACP: a) Norberto da Guia Franco Neto (nome fantasia Eleve Suplementos); b) Eleve Suplementos Alimentares Eireli. Conforme consta em Certidão, analisando os sítios eletrônicos do "JUSBRASIL", "PROJUDI TJBA", "PJE-TJBA" e "E-SAJ-TJBA", foram encontrados um total de 18 (dezoito) demandas judiciais.

Diante do conglomerado de protestações que instruem os autos, e perante a constatação de várias práticas abusivas, promoveu-se, por intermédio do MPBA, a primeira iniciativa formal para resolução da contenda em apreço, mediante proposta de Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta (TAC)<sup>31</sup> a ser celebrado com a Eleve Suplementos. O referido pacto extrajudicial deteve como premissa a salvaguarda dos destinatários finais, no sentido de modificar de forma tempestiva o ainda vigente panorama negativo, vez que se encontra repleto de arbitrariedades. Desse modo, caso firmasse o compromisso, a Eleve Suplementos deveria adequar-se estritamente à Lei nº 8.078/90.

Todavia, apesar da elaboração do TAC, não foi possível identificar na Eleve Suplementos o mesmo apreço à solução prática, célere e efetiva para todas as partes, lograda no âmago das intenções do Ministério Público. Nota-se que a fornecedora,

<sup>30</sup> Despacho solicitando a pesquisa em ID MP 2209905 - Pág. 1.

<sup>31</sup> Cf. ID MP 1789788 - Pág. 1 a 12.

embora tenha confirmado recebimento da notificação<sup>32</sup> contendo a mencionada proposta e determinando que se manifestasse no bojo dos autos<sup>33</sup>, sequer expôs qualquer de resposta ao pleito articulado ou mesmo apresentou defesa as denúncias cada vez mais constantes por parte da categoria consumerista. Do exposto, não restaram dúvidas acerca da falta de atenção das Rés para com os problemas exortados, além de que, sem nenhuma perspectiva de mudança, reforça-se a necessidade de atuação do Ministério Público.

## II - DOS PRESSUPOSTOS JURÍDICOS DESTA MEDIDA JUDICIAL COLETIVA.

A propositura desta ACP, com fulcro nas funções constitucionais atribuídas ao *Parquet* nos artigos 127, *caput*, e 129, III, da Carta Magna, fundamenta-se na proteção dos direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos dos consumidores perante a ilicitude e o perigo que as condutas da parte demandada oferecem aos indivíduos e à sociedade. Almeja-se a tutela daqueles que firmaram contratos com as empresas acionadas, ou seja, da coletividade atingida, mas também de todos aqueles que estejam suscetíveis de serem atingidos por tais vicissitudes. Segundo Herman Benjamin, a definição de consumidor, estabelecida no art. 29 do CDC, disciplina o sujeito vulnerável da relação de consumo *abstratamente*<sup>34</sup>, em contraposição à definição concreta do art. 2º, *caput*. Logo, a proteção especial dada ao consumidor não requer a conclusão da relação jurídica, mas também se dirige às situações em que se constatam potenciais efeitos danosos, cuja atuação do operador do direito deve manifestar-se com antecedência à materialização do dano<sup>35</sup>. Por isso, esta Ação se norteia pelo combate e pela prevenção das ilicitudes, especialmente considerando que a restauração do consumidor ao *status quo ante* é mais difícil do que impedir que o dano se concretize em primeiro lugar.

<sup>32</sup> Notificação em ID MP 1792151 - Pág. 1 e ID MP 1792270 - Pág. 1.

<sup>33</sup> Confirmação de recebimento em ID MP 1793581 - Pág. 1. Observar também Certidão ratificando a falta de resposta da Ré, ID MP 1932041 - Pág. 1.

<sup>34</sup> BENJAMIN, A. H. V. *et. al. Código brasileiro de defesa do consumidor* comentado pelos autores do anteprojeto. 12. ed. rev. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2019, p. 409.

<sup>35</sup> SANTANA, Héctor Valverde. *Dano moral no direito do consumidor*. 3.ed. rev. e atual. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019, p. 71.

## 1. DO DESREPEITO AO DIREITO BÁSICO DOS DESTINATÁRIOS FINAIS À PROTEÇÃO DA VIDA, SAÚDE E SEGURANÇA.

A Vida, Saúde e Segurança – além de inalienáveis e indissociáveis do princípio universal da intangibilidade da dignidade da pessoa humana<sup>36</sup> – são os bens jurídicos mais importantes de todo o Ordenamento Pátrio, recebendo proteção tanto da Carta Magna quanto das demais Leis e disposições infraconstitucionais. Assim sendo, o Código de Defesa do Consumidor tratou, mais de uma vez, da temática em suas entrelinhas; dispondo dela, incipientemente, no *caput* do seu art. 4º – “(...) o atendimento das necessidades dos consumidores, **o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida** (...) –, e, posteriormente, perante o inciso I do art. 6º, quando imortalizou as citadas matérias como direitos básicos da classe consumerista<sup>37</sup>.

A Doutrina mais moderna, conforme recorda Cláudia Lima Marques, denomina de “teoria da qualidade” o fundamento único que o sistema do CDC instituiu para a aferição de responsabilidade, impondo aos fornecedores exigências de qualidade-adequação e de qualidade-segurança<sup>38</sup>. Portanto, **“não basta que os produtos ou serviços sejam adequados aos fins a que se destinam (qualidade-adequação); é preciso que sejam seguros (qualidade-segurança), consoante arts. 12 a 14 do CDC”**<sup>39</sup> – entende Cavalieri Filho. **Para além, o dever referente à proteção da vida, saúde e segurança ainda recebe destaque por conta do princípio da prevenção, preconizado expressamente no Diploma Legal Consumerista (art. 6º, VI).**

<sup>36</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Direito do Consumidor*. 5.ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2019, p. 119.

<sup>37</sup> Art. 6, I – “a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos”.

<sup>38</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Artigo 6º. *In*: MARQUES, C. L.; BENJAMIN, A. H. V.; MIRAGEM, B. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017. p. 279.

<sup>39</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Direito do Consumidor*. 5.ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2019, p. 119.

**As demandadas, contudo, completamente avessas às tratativas exibidas supra, portam-se com desídia no que concerne à proteção dos bens jurídicos “vida, saúde e segurança”, maculando o direito previsto no art. 6º, I, do Código de Defesa do Consumidor sob três nuances distintas, quais sejam: a) colocando, no mercado de consumo, produtos defeituosos; b) sendo extremamente negligentes e enviando produtos errados para consumidores idosos; c) fazendo uso de publicidade enganosa/abusiva a fim de compelir os destinatários finais hipervulneráveis ao consumo e, portanto, tolhendo-lhes a possibilidade de avaliar os potenciais riscos da citada “aquisição”.**

*Ab initio*, não se pode olvidar que o grupo de consumidores, alvo das práticas indevidas das Rés, é, majoritariamente, composto por idosos. Como arguiu a Exma. Min. Laurita Vaz do STJ, a condição de vulnerabilidade destes “já é reconhecida na própria Constituição Federal, que dispõe no seu art. 230, sob o Capítulo VII do Título VIII (‘Da Família, da Criança, do Adolescente, do Jovem e do Idoso’). A família, a sociedade e o Estado “têm o dever de amparar as pessoas idosas, assegurando sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade e bem-estar e garantindo-lhes o direito à vida”<sup>40</sup>. Porém, infringindo os deveres de proteção estatuídos na Lei maior do Brasil – tanto no que concerne à cooperação para salvaguarda dos idosos, como dos bens jurídicos “vida, saúde e segurança” –, a Eleve Suplementos coloca, no mercado de consumo, produtos defeituosos, nos moldes estabelecidos pelo art. 12, § 1º, I e II do CDC.

Não são poucos os casos em que são relatados por destinatários finais (ou por parentes dos usuários idosos, na maioria das vezes) a materialização de acidentes de consumo em virtude de o produto adquirido não oferecer a segurança que dele legitimamente se espera. Levando-se em consideração a apresentação dos suplementos alimentares, foram denunciados comprimidos “grudados” e/ou em formatos irregulares, despadronizados<sup>41</sup>, com “mau cheiro”<sup>42</sup> e, ainda, caso em que um consumidor afirmar

<sup>40</sup> EREsp 1192577/RS, Min. Rel. Laurita Vaz, Corte Especial, DJe 13/11/2015.

<sup>41</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 72.

<sup>42</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 79.

existir “algo vivo” dentro da embalagem fechada<sup>43</sup>. Em paralelo, é possível notar que, diferentemente de outras mercadorias oferecidas pela Eleve Suplementos, o rótulo do produto “CONDROLEVE” não respeita os arts. 12 e 13 – referentes aos “requisitos de rotulagem”<sup>44</sup> – da Resolução da Diretoria Colegiada – RDC n. 24, de 26 de julho de 2018, da ANVISA, que dispõe sobre as exigências sanitárias dos suplementos alimentares.

Novamente acerca da apresentação do produto “CONDROLEVE”, agora no sítio eletrônico das acionadas<sup>45</sup>, não são dispostas as devidas restrições a lactantes (0 a 12 meses) e crianças de primeira infância (1 a 3 anos)<sup>46</sup>, conforme observado no ANEXO I da Instrução Normativa n. 28/ 2018 da ANVISA. Por sua vez, levando-se em consideração a falta de segurança em relação ao uso e aos riscos que razoavelmente se esperam dos suplementos alimentares, após utilizarem as mercadorias das pessoas jurídicas demandadas, principalmente os itens “LEVER” e “CONDROLEVE”, vários relataram ocorrências indevidas. Foram enunciados episódios de muito mal estar<sup>47</sup>, embaçamento da visão<sup>48</sup>, alergia<sup>49</sup>, inchaços<sup>50</sup>, inchaço nas pernas<sup>51</sup>, boca amarga, aumento de pressão e fraqueza nas pernas<sup>52</sup>, queda de pressão, dores renais, tontura e dor intensa nos olhos<sup>53</sup> e vermelhidão e sensibilidade nos olhos<sup>54</sup>. Restam, portanto, caracterizados múltiplos casos em que as Rés colocaram, no mercado de consumo, produtos perigosos à vida, saúde e segurança dos destinatários finais.

Contudo, além dos casos em que efetivamente se evidenciam defeitos, o envio

<sup>43</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 53.

<sup>44</sup> “Art. 12. Os produtos de que trata esta Resolução devem ser designados como “Suplemento Alimentar” acrescido da sua forma farmacêutica. (...)”

“Art. 13. A designação deve ser declarada próxima à marca do produto e com caracteres legíveis que atendam aos seguintes requisitos de declaração: I - caixa alta; II - negrito; III - cor contrastante com o fundo do rótulo; e IV - tamanho mínimo equivalente a 1/3 (um terço) do tamanho da maior fonte utilizada na marca do produto e nunca inferior aos limites mínimos estabelecidos no Anexo desta Resolução”.

<sup>45</sup> Cf. “<https://www.elevesuplementos.com.br/condroleve-colageno-tipo-2>”

<sup>46</sup> Destaca-se que, apesar das propagandas veiculadas pela Eleve Suplementos serem direcionadas aos idosos, tal informação é de vital importância pelo dever ativo de informar do consumidor.

<sup>47</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 6.

<sup>48</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 10.

<sup>49</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 30.

<sup>50</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 38.

<sup>51</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 82.

<sup>52</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 47.

<sup>53</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 65.

<sup>54</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 89.

de produtos diferentes do solicitado<sup>55</sup> é outra realidade que frequentemente obtém como corolário a materialização de acidentes de consumo, principalmente em relação aos clientes idosos. Estes, cujo tempo conferiu uma potencialização natural das vulnerabilidades – principalmente físico-psíquica, técnica e fática –, por vezes não percebem que o item adquirido veio errado e acabam por consumi-lo equivocadamente, acarretando consequentes efeitos colaterais ou danos indesejáveis a sua saúde. Cabe mencionar que tais ocorrências carregam inexorável vínculo com o hábito patológico da parte *ex adversa* de compelir os destinatários finais idosos ao consumo mediante a implementação de publicidades e ofertas enganosas/abusivas.

Mediante alegações explícitas e/ou implícitas (como será criteriosamente denunciado em tópico apartado) – que prometem a “cura da visão”, a “cura da catarata”, a eliminação das dores da artrose, etc. – a Eleve Suplementos tolhe a já vulnerabilizada capacidade crítica dos consumidores de idade avançada, compelindo-lhes à aquisição de produtos pela esperança de resultados “milagrosos” e impedindo-lhes que avaliem os potenciais riscos do consumo. Segundo a Exma. Min. Nancy Andriahi, em voto acerca do REsp 1540566/SC (DJe 18/09/2018)<sup>56</sup> de sua relatoria, a “informação adequada atende à finalidade de assegurar ao consumidor uma escolha consciente, permitindo que suas expectativas em relação ao produto ou serviço sejam de fato atingidas e garantindo seu consentimento informado ou vontade qualificada, essencial para a livre manifestação da sua vontade”.

Diante do cenário exposto, marcado pelo agravamento do risco à vida, saúde e segurança daqueles já fragilizados pelo dispêndio natural do tempo, é preciso lembrar que a Lei Federal n. 8.078/90 aderiu a responsabilidade objetiva pelo fato do produto ou serviço (arts. 12 e 14)<sup>57</sup>, até mesmo quando se trata da responsabilidade solidária (art. 34). Como aduz Flávio Tartuce, “o CDC adotou expressamente a ideia da teoria do risco-proveito”, de modo que “aquele que expõe aos riscos outras pessoas, determinadas ou não, por dele tirar um benefício, direto ou não, deve arcar com as consequências da

<sup>55</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 47.

<sup>56</sup> STJ, REsp 1540566/SC, Min. Rel. Nancy Andriahi, 3ª T., DJe 18/09/2018.

<sup>57</sup> Salvo a exceção referente à responsabilidade civil subjetiva dos profissionais liberais (art. 14, § 4º, do CDC).

situação de agravamento<sup>58</sup>. **Por derradeiro cabe à Eleve Suplementos se portar no sentido de reverter o quadro de elevada abusividade, sem prejuízo de ser responsabilizada, independentemente da existência de culpa, por acidentes de consumo, inclusive futuros.**

## **2. DA ADUÇÃO DE OFERTA ENGANOSA E ABUSIVA COM FOCO NO PÚBLICO IDOSO: CONTÍNUO DESRESPEITO À BOA-FÉ OBJETIVA, AO DIREITO BÁSICO DOS CONSUMIDORES À LIBERDADE DE ESCOLHA E À INFORMAÇÃO ADEQUADA.**

O Código de Defesa do Consumidor dispõe do instituto jurídico denominado “Cláusula Geral da boa-fé objetiva”, que permite, com base em uma concepção axiológica, estabelecer deveres jurídicos não expressos na lei ou no contrato através da inserção da ética no setor obrigacional<sup>59</sup>. Nas palavras de Garcia, “A boa-fé objetiva estabelece um dever de conduta entre fornecedores e consumidores no sentido de agirem com lealdade (*treu*) e confiança (*glauben*) na busca do fim comum, que é o adimplemento do contrato, protegendo, assim, as expectativas de ambas as partes<sup>60</sup>. O autor leciona que a função integrativa da boa-fé insere novos deveres a serem também observados além da obrigação principal, são os assim denominados “*deveres anexos*”, e “se dividem, basicamente, em três: de informação, de cooperação e de proteção (ou cuidado)”<sup>61</sup>.

### **Ocorre que a Eleve Suplementos – ferindo todos os deveres anexos supramencionados e com evidente emprego de má-fé – veicula**

<sup>58</sup> TARTUCE, Flávio. A unificação da responsabilidade civil pelo Código de Defesa do Consumidor. A responsabilidade civil objetiva e solidária como regra do Código do Consumidor (risco-proveito). A responsabilidade subjetiva dos profissionais liberais como exceção. In: TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de Direito do Consumidor*. Direito Material e Processual. 7. ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018, p. 156.

<sup>59</sup> “Os princípios da boa-fé e da confiança protegem as expectativas do consumidor a respeito do contrato de consumo” (STJ, REsp. 509.336, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª T, j. 07/12/04, p. DJ 21/02/05). “Cabe frisar que a boa-fé objetiva se aplica a todos os partícipes da relação obrigacional de consumo” (STJ, REsp. 1.063.343, Rel. Min. Otávio de Noronha, 2ª Seção, DJ 16/11/10).

<sup>60</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Código de Defesa do Consumidor Comentado: artigo por artigo*. 13. ed. rev. ampl. e atual. Salvador: JusPODIVM, 2016. p. 60.

<sup>61</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Código de Defesa do Consumidor Comentado: artigo por artigo*. 13. ed. rev. ampl. e atual. Salvador: JusPODIVM, 2016. p. 62-63.



**constantemente, em diversos meios de comunicação, com foco principal nos canais de televisão “TV Aparecida”, “Redevida”, “RedeTV”, “SBT” e “RBITV”, publicidade que induz consumidores idosos a grave erro sobre as características dos itens anunciados. Ato contínuo, tendo instigado inúmeros cidadãos, majoritariamente de idade avançada, a ligarem para o número veiculado na dita propaganda, a empresa engana-os expressamente com informações falsas, prevalecendo-se da fraqueza e/ou ignorância desses para impingir-lhes seus produtos.**

Visando justamente evitar situações como a descrita e garantir os direitos básicos do consumidor à liberdade de escolha e à informação adequada, o CDC – como explica Lima Marques – apregoa que “aquele fornecedor que fizer veicular publicidade enganosa ou abusiva estará a descumprir a proibição legal do art. 37; logo, juridicamente, estará cometendo um ato ilícito”<sup>62</sup>. Ainda nessa linha de raciocínio, Herman Benjamin, um dos coautores do anteprojeto da Lei Federal n.8.078/90, afirma que é possível identificar dois tipos básicos de oferta/publicidade enganosa: a) por comissão – aquela em que “o fornecedor afirma algo capaz de induzir o consumidor em erro, ou seja, diz algo que não é”<sup>63</sup> – e por omissão – aquela em que “o anunciante deixa de afirmar algo relevante e que, por isso mesmo, induz o consumidor em erro, isto é, deixa de dizer algo que é”<sup>64</sup>.

O citado Ministro do STJ relembra que “O julgamento de um anúncio não é feito levando-se em consideração somente sua *literalidade*”, visto que “uma publicidade, embora literalmente verdadeira ou não abusiva, pode vir a ser enxergada, após verificação contextual, como enganosa ou abusiva”<sup>65</sup>. Aduz que é o que ocorre quando existem mensagens implícitas responsáveis por transmitir informações que diferem do significado real da mensagem publicitária<sup>66</sup>. **Assemelha-se perfeitamente à publicidade denunciada nesta lide, pois a fornecedora deixa de informar**

<sup>62</sup> MARQUES, Cláudia L. Artigo 6º. In: MARQUES, C. L.; BENJAMIN, A. H. V.; MIRAGEM, B. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p. 864.

<sup>63</sup> BENJAMIN, A. H. V. *et. al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 12. ed. rev. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 483.

<sup>64</sup> *Ibidem*, *Idem*.

<sup>65</sup> *Ibidem*, p. 487.

<sup>66</sup> *Ibidem*, p. 490.

aspectos relevantes sobre a eficácia dos suplementos alimentares e, concomitantemente, utiliza-se de alegações implícitas para que o consumidor idoso imagine que os produtos detenham propriedades que **comprovadamente não dispõem**. Como é possível conferir em uma propaganda das Rés veiculada na “REDEVIDA” e disponibilizada também no sítio eletrônico do “YOUTUBE” em 06 de abril do ano de 2020 ([https://www.youtube.com/watch?v=\\_4QFr-8SCG0&ab\\_channel=EleveSuplementos](https://www.youtube.com/watch?v=_4QFr-8SCG0&ab_channel=EleveSuplementos))<sup>67</sup>, está sendo anunciado (por uma anunciante e por um padre que apresenta o programa) o produto “CONDROLEVE”, juntamente a um Polivitamínico descrito como “brinde” para quem adquirisse, por telefonema, a mercadoria principal naquele instante.

Os minutos “1:39” até “1:44” do vídeo são, basicamente, o único momento em que é fornecido alguma informação sobre as características do “CONDROLEVE”, alegando a anunciante: “Ele vai ajudar ai pra você que sente dores nas juntas, ele vai repor (...)”. Logo em seguida, nos minutos “1:56” até “2:38”, é colocado um depoimento de uma suposta consumidora idosa (frise-se o uso da pessoa idosa) que relata:

“Como **eu já tenho artrose já há alguns anos**, eu faço tratamento, né! ... Assisti na televisão, vi a propaganda e eu resolvi experimentar ... Já faz uns três, quatro meses que eu tô tomando, tô me sentindo super bem, já faço caminhada numa boa ... Mas é de verdade, **eu não tomo mais nenhum medicamento que eu tomava, eu tomava muito remédio ... Quero continuar tomando o Condroleve porque ele é maravilhoso, é muito bom, e eu recomendo a todas as pessoas que tenham algum problema de Artrose assim como eu tive, eu tô dizendo que eu “já tive” porque eu não tô mais sentindo nada** ... Continuar tomando Condroleve porque ele é maravilhoso! MuitoBom!”

Finalizado o relato, a anunciante e o padre (apresentador) concluem a publicidade e não fazem **nenhuma ressalva acerca do CONDROLEVE, induzindo inúmeros telespectadores, principalmente os idosos, a conceberem que o Suplemento Alimentar pode curar a Artrose, ou melhorá-la ao ponto de não**

<sup>67</sup> SUPLEMENTOS, Eleve. *Condroleve: Viva a Vida com Padre Alessandro | REDEVIDA*. 2020 (3m43s). Disponível em: “[https://www.youtube.com/watch?v=\\_4QFr-8SCG0&ab\\_channel=EleveSuplementos](https://www.youtube.com/watch?v=_4QFr-8SCG0&ab_channel=EleveSuplementos)”. Acesso em 27 de fev. de 2021.

**ser mais necessário o uso de medicamentos**, uma tática inverdade, pois essa é uma doença crônica multifatorial, que leva a uma incapacidade funcional progressiva. Destaque-se que o idoso em geral – assim como o que acompanha a multicitada publicidade – detém hipervulnerabilidade demonstrada a partir de dois aspectos principais: “a) a diminuição ou perda de determinadas aptidões físicas ou intelectuais que o torna mais suscetível e débil em relação à atuação negocial dos fornecedores; b) a necessidade e catividade em relação a determinados produtos ou serviços no mercado de consumo, que o coloca numa relação de dependência em relação aos seus fornecedores”<sup>68</sup>.

Sem a disposição de informações ostensivas que expliquem expressa e adequadamente que os produtos anunciados “são detidos de efeitos meramente preventivos e suplementares”, que “não substituem a medicação ou agem como medicação”, e que “não devem ser utilizados por conta própria sob título de tratamento, pois não são detentores de eficácia plenamente comprovada na cura de enfermidades”, incontáveis idosos continuarão sendo enganados, induzidos indevidamente ao consumo.

**Isso porque nos moldes em que as referidas propagandas são veiculadas, queda-se nítida a exploração abusiva/apelativa da temática referente aos problemas de saúde típicos do público longo vivo (principalmente a Artrose, Catarata, problemas de visão, etc.).**

**A mensagem implícita inculcada nos “relatos”, que transpassa uma falsa promessa de cura para empedernidas comorbidades, atinge ponto sensível quando se trata do contingente idoso, que enxerga nos citados anúncios uma possibilidade de reverter quadros potencialmente imutáveis. Essa problemática agrava-se ainda mais em razão do veículo midiático onde as publicidades são interpostas; majoritariamente em canais de televisão com caráter exclusivamente religioso; tendo padres como apresentadores. Tal contexto indubitavelmente difunde uma sensação inverídica de segurança e legitimidade para o cliente idoso, que acaba sendo seduzido até mesmo sem**

---

<sup>68</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 134.

### avaliar quaisquer riscos atinentes a suposta “compra”.

Como bem doutrina Herman Benjamin, “uma mensagem não enganosa em relação a um determinado alvo pode vir a sê-lo em função de outro público”, portanto, é necessário que se analise tanto a natureza da mensagem publicitária, quanto a vulnerabilidade do consumidor, utilizando-se, para isso, um duplo critério de avaliação: “O primeiro, *objetivo*, tem a ver com o conteúdo do próprio anúncio”; e “O segundo, *subjetivo*, relaciona-se com o tipo de consumidor atingido ou atingível”<sup>69</sup>. Como restou comprovado, as Rés, em nenhum momento, preocuparam-se com o enorme potencial de indução abusiva/enganosa dos hipervulneráveis. Para mais – como se não bastasse o já exortado –, quando os consumidores idosos entram em contato telefônico com o número anunciado para vendas, são intencionalmente enganados pelos prepostos da Eleve Suplementos, que dão ensejo a uma gama tão grande de práticas abusivas que se faz preciso abordá-las em tópico específico, apartado e minudente, a fim de demonstrar o vasto alcance dos ultrajes.

É inconteste que a parte *ex adversa*, aviltado contra a boa-fé objetiva e seus deveres anexos, além de enganar diversos destinatários finais detentores de vulnerabilidade agravada, utiliza-se das suas fragilidades a fim de tolher sua liberdade de escolha e impingir produtos por vezes desnecessários. Como suporte comprobatório, ainda existem mais três vídeos que veiculam propagandas enganosas/abusivas, nos mesmos moldes já delineados, sendo uma novamente sobre o produto “CONDROLEVE”<sup>70</sup> e outras duas acerca do produto “LEVER”<sup>71</sup>. **Pleiteia-se, por derradeiro, que a dignidade dos consumidores idosos seja respeitada, de modo que o Poder Judiciário atue no sentido de findar a perpetuação de danos ao lado que, além**

<sup>69</sup> BENJAMIN, A. H. V. *et. al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 12. ed. rev. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 487.

<sup>70</sup>SUPLEMENTOS, Eleve. *Condroleve: Programa Raul Gil | SBT*. 2020. (1m53s). Disponível em: “[https://www.youtube.com/watch?v=CC-s4d5v1u0&ab\\_channel=Dr.SamuelDalleLaste](https://www.youtube.com/watch?v=CC-s4d5v1u0&ab_channel=Dr.SamuelDalleLaste)”. Acesso em 27 de fev. de 2021.

<sup>71</sup>SUPLEMENTOS, Eleve. *Lever: Escolhas da Vida com Dalcides Biscalquin | REDEVIDA*. 2020. (4m01s). Disponível em: “[https://www.youtube.com/watch?v=SZVmnclm6YI&ab\\_channel=EleveSuplementos](https://www.youtube.com/watch?v=SZVmnclm6YI&ab_channel=EleveSuplementos)”. Acesso em 27 de fev. de 2021.

SUPLEMENTOS, Eleve. *Lever: Programa Raul Gil | SBT*. 2020. (1m41s). Disponível em: “[https://www.youtube.com/watch?v=mNWoFieZAYQ&ab\\_channel=RedeTV%21Entretenimento](https://www.youtube.com/watch?v=mNWoFieZAYQ&ab_channel=RedeTV%21Entretenimento)”. Acesso em 27 de fev. de 2021.

de previamente hipervulneráveis, encontram-se cerceados pela manipulação injusta e intolerável da parte contrária.

### **3. DA OBSERVAÇÃO DE DIVERSAS E REITERADAS CONDUTAS ABUSIVAS DURANTE E APÓS AS NEGOCIAÇÕES POR TELEFONE: EMPEDERNIDAS MÁCULAS AOS ARTS. 6º, IV e 39 do CDC.**

Salienta Herman Benjamin que embora o termo prática abusiva (*lato sensu*) indique “a desconformidade com os padrões mercadológicos de boa conduta em relação ao consumidor”, seu conceito em si é “fluido e flexível”<sup>72</sup>. Nesse ínterim, tomando como referencial o aspecto jurídico-contratual, apregoa o doutrinador que “as práticas abusivas podem ser contratuais (aparecem no interior do próprio contrato), pré-contratuais (atuam na fase do ajustamento contratual) e pós-contratuais (manifestam-se sempre após a contratação)”<sup>73</sup>, não estando, ainda, regradas apenas pelo art. 39 do CDC, pois espalham-se por todo o Diploma Consumerista e tampouco limitam-se a esse<sup>74</sup>.

**No caso *sub oculis*, as Rés aviltam contra a boa-fé objetiva no momento anterior a consubstanciação das vendas, vez que – como demonstrado nos itens anteriores –, além de colocarem produtos perigosos no mercado de consumo (conforme o art. 12, § 1, I e II do CDC), induzem inúmeros consumidores, com vulnerabilidade agravada, a erro mediante publicidades enganosas e abusivas, ferindo, pois, o art. 37 do CDC. Contudo, mais do que o demonstrado, tanto no período de “ajustamento contratual” quanto na fase “pós-venda”, as acionadas ainda fomentam outras diversas práticas abusivas vedadas à luz do Microssistema Consumerista, mais especificamente, restringidas por força dos seus artigos 6º, IV, 39, I, III, IV, V, VIII, 42 e 49.**

Inicialmente, um dos principais excessos cometidos pela Eleve Suplementos é o **aporte desmedido e indevido por telefone, promovendo adução publicitária –**

<sup>72</sup> BENJAMIN, A. H. V. *et. al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 12. ed. rev. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 514.

<sup>73</sup> *Ibidem*, p. 516.

<sup>74</sup> *Ibidem*, p. 515.

**não requisitada ou anuída – que se revela extremamente abusiva.** Existem episódios mencionando mais de 10 (dez) ligações, todos os dias e por números distintos, na tentativa de compelir consumidora idosa (79 anos)<sup>75</sup>. Insta mencionar que artigo 6º inciso IV do CDC protege categoricamente os destinatários finais contra métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

O artigo 39 da Lei Federal n. 8.078/90, por sua vez, dispõe de um rol exemplificativo, ou *numerus apertus*, caracterizando uma “série de situações tidas como ensejadoras do abuso de direito consumerista”<sup>76</sup>. Em afronte ao primeiro inciso desse dispositivo – que dispõe que o fornecedor não pode condicionar o fornecimento de produto, sem justa causa, a limites quantitativos – a Eleve Suplementos, valendo-se da fraqueza e/ou ignorância dos idosos que ligam para os seus prepostos, **condiciona a venda de suplementos alimentares a limites mínimos, aduzindo que tais produtos compõem um “tratamento” e, para que a “eficácia” prometida seja alcançada, é necessária a aquisição em conjunto de dois ou mais exemplares do mesmo produto.** Como resta evidente, a justificativa utilizada, além de falsa, tem o intuito de ludibriar os hipervulneráveis e tolher sua liberdade de escolha, a exemplo do caso de uma senhora de 66 anos induzida erroneamente a adquirir em conjunto 6 (seis) frascos de suplementos em seis parcelas de R\$ 189,91<sup>77</sup>.

A arbitrariedade supramencionada, evidenciando o cerceamento da liberdade de escolha e o abuso perante os idosos, já carrega dois indicativos de vilipêndio contra os incisos III e IV do artigo 39, porém tais ultrajes amplificam-se. **São inúmeros os casos em que os clientes da Eleve Suplementos afirmam que a empresa simplesmente envia produtos nunca solicitados ou, quando solicitados, os envia em quantia maior, cobrando o diferencial do vulnerável destinatário.** Confirmando essa alegação, cabe exortar um caso de intolerável abusividade perante

<sup>75</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 1.

<sup>76</sup> TARTUCE, Flávio. Estudo das práticas abusivas enumeradas pelo art.39 do CDC. In: TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de Direito do Consumidor*. Direito Material e Processual. 7. ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018, p. 441.

<sup>77</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 35.

uma idosa de 81 anos, que após entrar em contato com a empresa apenas para obter informações, recebeu, em sua residência, 24 frascos referentes a um produto nunca requerido, amontoando uma cobrança indevida de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais), que sequer tinha condição de arcar com o dinheiro que recebia como aposentada<sup>78</sup>.

Como já resta explícito, o abuso diante dos hipervulneráveis – que fere o inciso IV do art. 39 do CDC – figura, com certeza, como um dos temas mais recorrentes em denúncias. Alguns episódios são tão injustos que não se pode olvidar de mencioná-los expressamente, como é o caso referente a venda de produtos para idosa mesmo após aviso dos familiares informando que essa portava sintomas de Alzheimer:

“ligam para casa da minha sogra e enfiam goela abaixo uma caixa e produtos no valor de R\$ 949,75, (...) minha cunhada então **entrou em contato com a referida empresa solicitando que os mesmos não ficassem ligando para minha sogra, que é uma senhora de mais de 80 anos e com os primeiros sintomas de Alzheimer.** Porém para nossa surpresa semana passada mais uma vez chegou a abençoada caixa, perguntamos pra minha sogra se alguém tinha ligado pra ela e ela não soube explicar, pois se encontra confusa e com problemas sérios de memória. Diante dos fatos **tentamos sem sucesso dialogar com a empresa no intuito de realizarmos a devolução da caixa, vale ressaltar que a mesma não foi aberta** e encontra-se da mesma forma que chegou. Mas infelizmente os atendentes se mostraram mal educados e simplesmente **disseram que se ela não tinha condições de atender o telefone era para nós desligarmos o mesmo** (...) essa funcionária simplesmente disse que só cancelaria se minha sogra ligasse ou alguém que tivesse uma procuração, Informei a mesma que iríamos abrir um BO de ocorrência na delegacia de proteção ao idoso, a mesma debochou da minha pessoa foi inconveniente grossa e simplesmente desligou o telefone na minha cara”<sup>79</sup>

As Rés constantemente exigem vantagem manifestamente excessiva dos destinatários finais. É o caso, por exemplo, de quando, desrespeitando o art. 49 do CDC

<sup>78</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 5.

<sup>79</sup> Cf. ID MP 1792403 - Pág. 35. Destaque-se também outro ocorrido envolvendo venda consciente para idoso com Alzheimer em ID MP 1792404 - Pág. 11.



– que garante que o direito de arrependimento seja exercido sem ônus<sup>80</sup> –, exigem que o consumidor arque com o valor do frete de devolução das mercadorias a serem reenviadas no prazo de 7 dias, ou ainda, nas hipóteses em que são enviados produtos não solicitados pelo consumidor. Ao invés de buscá-los na casa do destinatário ou considerá-los amostras grátis (pois não foi pedido), solicitam que seja realizado, pelo consumidor, o despacho junto aos correios, mesmo em se tratando de idosos e durante a Pandemia<sup>81</sup>.

Por fim, o rótulo de um dos produtos mais vendidos, o “CONDROLEVE”, como mencionado em item anterior, não respeita algumas normas regulamentadas pela ANVISA. *Ipsa facto*, constituem agruras ao direito a informação (art. 6º, III, CDC) e ao inciso VIII do artigo 39 do CDC, que preconiza que os fornecedores não podem colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos Órgãos oficiais competentes. Insta salientar que embora os produtos que as Rés comercializam estejam isentos de registro junto à ANVISA, conforme a RDC 27/2010, isso não os isenta do cumprimento dos regramentos pertinentes aos “suplementos alimentares”.

**É incontestável que aos consumidores tutelados – detentores de vulnerabilidade agravada – restou apenas amargar o crescente sentimento de consternação, corolário das abusividades cotidianas. A par desses fatores, constata-se o rompimento da relação de confiança, essencial em uma relação jurídica de consumo, em face da deslealdade da parte adversa e da sua expressiva violação à boa-fé objetiva. Urge, portanto, ação no sentido de coibir tão vastos ultrajes, com o desiderato de que não permaneçam afetando**

<sup>80</sup> Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

<sup>81</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 14: “Após uma venda inadequada pois **minha mãe não queria os produtos e mesmo assim enviaram** e depois de reclamar a empresa retornou e tentou fazer com que ela ficasse com a “compra” de R\$ 3.500,00 e ela não aceitou. **Agora querem que ela vá aos correios para devolver, mas como? Primeiro que ela tem 81 anos e é grupo de risco (...)**”

**a coletividade e beneficiando indevidamente o polo passivo desta lide.**

#### **4. DO SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR (SAC) E DA SUA INCONFORMIDADE COM AS NORMAS JURÍDICAS VIGENTES.**

O art. 4º do Código Consumerista, muito mais do que somente expor a denominada “Política Nacional das Relações de Consumo”, configura-se como um dispositivo fundamental, pois elenca objetivos - como entende Eros Roberto Grau, criador da expressão “norma-objetivo”<sup>82</sup> - e enumera os princípios que deverão guiar a busca de tais objetivos. Assim, no inciso III deste regramento está o princípio da harmonização dos interesses dos consumidores e fornecedores. José Geraldo Brito Filomeno ensina que a referida harmonização tem como caminho, dentre outros dois grandes instrumentos, os chamados SACs (Serviços de Atendimento ao Consumidor), afinal, como é cediço, a relação consumidor-fornecedor não termina com a entrega do produto comprado ou execução do serviço contratado, tendo continuidade na fase pós-venda ou pós-contratação<sup>83</sup>.

**Neste íterim, com base nos autos ficou comprovado que a parte adversa apresenta um SAC em estrita discordância com os ditames vigentes, o que, dentre outros impropérios, impossibilita o fomento de uma harmonização dos interesses dos integrantes da relação de consumo. São vários os relatos que ratificam que o SAC não detém qualidade satisfatória, sendo por vezes difícil o acesso, ineficaz e extremamente morosos na resolução de demandas. Somado a isso, apresentam prepostos extremamente arrogantes, que não tratam o cliente idoso com a cordialidade que se espera e constantemente propalam ofertas falsas/apelativas, ferindo os princípios da dignidade, boa-fé, confiança e transparência.**

<sup>82</sup> GRAU, Eros Roberto. *A Ordem Econômica na Constituição de 1988*. 7. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2002, 67. Conferir também: MARQUES, Cláudia Lima.; MIRAGEM, Bruno.; BENJAMIN, Antônio Herman. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 6. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017, p. 227.

<sup>83</sup>FILOMENO, José Geraldo Britto. *et. al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*. comentado pelos autores do anteprojeto: direito material e processo coletivo. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 166.

A empresa Eleve Suplementos não fornece a estrutura necessária para que infortúnios dos seus clientes sejam resolvidos, e essa debilidade acarreta ônus ao consumidor, muitas vezes obrigado a procurar incansáveis meios alternativos para resolver os problemas ocasionados pela própria fornecedora. Neste diapasão, confirmam-se inúmeras indiligências, as quais, *ipso facto*, corroboram a conjectura de que os destinatários finais se consagram reféns das agruras oriundas da conduta do polo passivo desta Ação. Haja vista que, embora o atendimento pelo SAC seja, em teoria, uma das poucas formas de sanarem seus inconvenientes, os clientes possuem acesso somente a um serviço de atendimento precário e ineficaz. **Logo, cabe à empresa promover mudanças para estabelecer o efetivo funcionamento do Serviço de atendimento ao Consumidor (SAC), de modo que seja assegurado não somente a sua acessibilidade, mas toda a tratativa e resolução da problemática.**

## **5. DO DIREITO DO CONSUMIDOR A RESTITUIÇÃO EM DOBRO DOS VALORES COBRADOS INDEVIDAMENTE NO VERTENTE CASO E À NECESSÁRIA INDENIZAÇÃO PELOS PREJUÍZOS SOFRIDOS.**

A cobrança de débitos é um exercício regular de direito, contudo, como explica Cavalieri Filho, na cobrança de dívida “há uma linha divisória entre o lícito (exercício regular de direito do credor) e o ilícito. Este ocorrerá quando o credor exceder os limites econômicos, sociais ou éticos (boa-fé) no exercício do seu direito”<sup>84</sup>. **É justamente na tentativa de impedir tais excessos que o CDC vedou, à luz do caput do art. 42, qualquer tipo de cobrança que exponha o consumidor ao ridículo, submeta-o a constrangimento ou grave ameaça.** Como aduz Rizzato Nunnes “as normas que proíbem a cobrança abusiva são corolário da garantia constitucional da inviolabilidade da vida privada, honra e imagem das pessoas”, logo “As normas infraconstitucionais que regulam a cobrança têm de estar em consonância com esses princípios constitucionais”<sup>85</sup>.

<sup>84</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Direito do Consumidor*. 5.ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2019, p. 231.

<sup>85</sup> NUNES, Rizzato. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2017. p. 821.

**Contudo, indo contra os ditames previstos na Carta Magna e aqueles norteiam as relações de consumo, as empresas Réis utilizam-se de ligações extremamente constantes, com prepostos “mal-educados”, agressivos e grosseiros, cobrando dívidas de modo vexatório, mesmo quando se tratando de um frágil cliente idoso<sup>86</sup>. A Eleve Suplementos não só avilta contra a boa-fé e abusa do direito de exercer cobranças, mas por diversas e incontáveis vezes, perturba a paz e o sossego de inúmeros cidadãos cobrando por dívidas simplesmente indevidas<sup>87</sup> ou inexistentes, correlatas a produtos que, embora enviados, nunca foram solicitados pelos destinatários finais (frise-se, em sua maioria idosos)<sup>88</sup>.**

Citando os dizeres de Cavalieri Filho, “no parágrafo único do art. 42, o CDC estipulou uma **pena civil** para o fornecedor que cobrar do consumidor quantia indevida<sup>89</sup>, *ipsis litteris*: “O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.” Da interpretação literal do Microsistema Consumerista depreende-se que basta a existência de cobrança indevida, não exigindo-se má-fé, para configurar o instituto da repetição do indébito; podendo o credor eximir-se da pena somente se comprovar engano justificável. **Conforme queda-se cristalino, a reiterada conduta de enviar produtos sem solicitação e permanecer com cobranças abusivas, por si só, já afasta qualquer hipótese de engano justificável.**

**Em verdade, tal comportamento apenas ratifica o inescrupuloso emprego de má-fé das acionadas diante dos hipervulneráveis, induzidos concretamente ao erro.** Segundo Herman Benjamin “a indução concreta em erro

---

<sup>86</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 43: “Minha mãe não possui renda, perdeu 90% da visão de um dos olhos por conta do glaucoma e problemas na retina, e no desespero acabou efetuando a compra do suplemento Lever. Meu irmão que iria auxiliar com os pagamentos, ficou sem renda por conta da pandemia e por isso parou de pagar as parcelas. Na data de hoje, um atendente entrou em contato pra realizar a cobrança e acusou minha mãe de realizar a compra sem intenção de pagar. É absurdo o tratamento dessa empresa com uma pessoa idosa e desesperada (...).”

<sup>87</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 39 e ID MP 1792404 - Pág. 32.

<sup>88</sup> Cf. ID MP 1792404 - Pág. 16.

<sup>89</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Direito do Consumidor*. 5.ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2019, p. 232.

importa para a verificação do dever de indenizar o dano individual, não o dano difuso, de vez que, havendo enganiosidade, o prejuízo supraindividual é presumido *jure et jure*<sup>90</sup>. Diante do exposto, urge a necessidade de que **a parte *ex adversa* seja condenada a restituir em dobro os valores que foram cobrados de modo indevido dos consumidores, conforme assenta o art. 42, parágrafo único, do CDC. Ressalve-se que em sede da Jurisprudência do STJ, a indenização a título de dano individual não constitui óbice à condenação por dano moral coletivo (que será abordado mais a frente), visto que a Súmula 37 desse colendo Tribunal assenta que “São cumuláveis as indenizações por dano material e dano moral oriundos do mesmo fato”.**

## **6. DO INEQUÍVOCO DANO MORAL COLETIVO IMPINGIDO À SOCIEDADE, REFLEXO DA ADOÇÃO DE CONDUTAS INJUSTAS E INTOLERÁVEIS QUE FEREM O CERNE DO SENTIMENTO COLETIVO.**

A partir da superação da dicotomia do direito público e direito privado, passou-se a identificar um terceiro gênero, o direito coletivo *latu sensu*, emergindo diversos mecanismos jurídicos designados à proteção deste novo ramo<sup>91</sup>. Em face disso, o Microsistema Consumerista fez abrigo à tutela coletiva, preconizando ao art. 81 que a defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida a título coletivo quando se tratar de interesses ou direitos difusos, interesses ou direitos coletivos (*stricto sensu*), ou interesses ou direitos individuais homogêneos.

A Lei Federal n. 8.078/90 adotou o princípio da reparação integral dos danos, art. 6º, VI, consubstanciando não só o direito ao efetivo ressarcimento, mas a também prevenção dos danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos. Assim, todo e qualquer prejuízo material ou moral sofrido pelos consumidores pressupõe a devida reparação, correspondendo a mais um direito básico da categoria. Contudo, embora o

<sup>90</sup>BENJAMIN, A. H. V. *et. al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 12. ed. rev. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 485.

<sup>91</sup>SANTANA, Héctor Valverde. *Dano moral no direito do consumidor*. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2019. p. 66-67.

legislador infraconstitucional tenha previsto como regra basilar a prevenção, é realidade comum a ocorrência de acontecimentos e danos indesejáveis, hipóteses em que a indenização terá que ser fixada<sup>92</sup>.

***In casu*, a postura arbitrária das Rés – no sentido de utilizarem de publicidade abusiva/enganosa para prevalecer da vulnerabilidade agravada dos idosos; comercializar produtos defeituosos (conforme art. 12, § 1, I e II do CDC), bem como promover vilipêndios, pelo menos, contra os arts. 6º, 39, I, III, IV, V, VIII e 42 e 49, todos da Lei Federal n. 8.078/90 – manifesta irrefutáveis máculas aos princípios e dispositivos norteadores do Direito do consumidor. Tais condutas atingem a comunidade em dimensão difusa, dando fundamento ao pleito referente à reparação por dano moral coletivo. Tal modalidade de lesão já foi definida e deferida pelo Superior Tribunal de Justiça, segundo o qual “o dano moral coletivo é aferível *in re ipsa*, ou seja, **sua configuração decorre da mera constatação da prática de conduta ilícita que, de maneira injusta e intolerável, viole direitos de conteúdo extrapatrimonial da coletividade**”<sup>93</sup>.**

No caso *sub judice*, somente a publicidade enganosa/abusiva já comprova o caráter indubitavelmente coletivo desta contenda, vez que não é possível mensurar a multiplicidade de sujeitos atingidos pelos anúncios que foram veiculados nos meios de comunicação midiática. Como afirma Herman Benjamin, o traço patológico referente à publicidade enganosa “afeta não apenas os consumidores, mas também a sanidade do próprio mercado”, pois **“Provoca, está provado, uma distorção no processo decisório do consumidor, levando-o a adquirir produtos e serviços que, estivesse melhor informado, possivelmente não o faria”**.

O doutrinador sustenta que “a publicidade, embora ainda enxergada como mercadologicamente importante, passa a ser igualmente vista como manifestação social difusa, daí concluindo-se que **os malefícios que ocasionalmente provoca no**

<sup>92</sup> PETITPIERRE, Gilles. *La Responsabilité du Fait des Produits*. Les Bases d'une responsabilité spéciale en droit suisse, a la lumière de l'expérience des États-Unis. Genève: Librairie de L'Université Georg & Cie S.A. 2001. p. 19.

<sup>93</sup> Informativo de Jurisprudência nº618, STJ. REsp 1.517.973-PE, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, por unanimidade, julgado em 16/11/2017, DJe 01/02/2018.

**mercado são, pela mesma razão, difusos**<sup>94</sup>. Por consequência, **“se torna admissível a postulação – e deferimento – de pleitos indenizatórios difusos para o atuar publicitário patológico (em particular a publicidade enganosa e abusiva), mesmo quando inexistente qualquer dano individual concretizado e identificado**<sup>95</sup>. Contudo, também salienta-se que foram consumados efetivos danos à comunidade, sejam em relação a materialização de acidentes de consumo, ou sejam em relação às outras diversas práticas leoninas.

A Eleve Suplementos, no momento de celebração das negociações por telefone e *a posteriori*, por incontáveis vezes, agiu eivada de má-fé, principalmente em relação ao público longevo. **A desvalia perante o espírito coletivo, marcada pela injustiça diante de vários idosos, exige uma punição mais severa, que ultrapasse a esfera individual de cada consumidor atingido, dado “o abalo, a repulsa, a indignação ou mesmo a diminuição da estima, infligidos e apreendidos em dimensão coletiva (por todos os membros), entre outros efeitos lesivos**<sup>96</sup>. Outrossim, a reparação por dano moral coletivo exercerá duas funções essenciais, cujos efeitos ou resultados esperados com a condenação contribuem para a amenização do panorama atual das relações de consumo, marcadas por tantas e tamanhas posturas abusivas.

A primeira delas é que funciona como *sanção pedagógica*, fazendo que com o fornecedor, após ser compelido a pagar altas somas monetárias, que não se confundem com as indenizações individuais dos consumidores, sinta a necessidade de melhor agir<sup>97</sup>. A segunda função encontra assento na “técnica do valor do desestímulo”, assemelhando-se com a natureza da pena de natureza criminal<sup>98</sup>. Cláudia Lima Marques, Herman Benjamin e Bruno Miragem também associam o instituto com a faceta preventiva das

<sup>94</sup> BENJAMIN, A. H. V. *et. al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 12. ed. rev. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 460

<sup>95</sup> *Ibidem*, idem.

<sup>96</sup> MEDEIROS NETO, Xisto. *Dano Moral Coletivo*. São Paulo: LTR, 2004.

<sup>97</sup> BERSTEIN, Horacio Luis. *Derecho Procesal del Consumidor*. Buenos Aires: La Ley, 2003, p. 45.

<sup>98</sup> BITTAR FILHO, Carlos Alberto. Dano moral coletivo no atual contexto brasileiro. *Revista de Direito do Consumidor* n. 12. São Paulo, Revista dos Tribunais, out-dez, 1994. p. 55.



normas penais. Recordam tais doutrinadores que o direito “não corre – ou não deve correr – atrás do dano, a ele se antecipa”<sup>99</sup>.

**Fora comprovada a necessidade de reparação dos danos morais aferidos em bojo coletivo, mais especificamente em caráter difuso, porquanto o patrimônio valorativo da comunidade foi amplamente agredido; o que redundava na necessidade de fixação de montante indenizatório para que se amenize o dissabor sofrido. O montante indenizatório a ser fixado para que se mitigue os males supraditos, mais do que somente exercer função punitiva, estabelece um papel pedagógico-preventivo de cunho fundamental a todos que compõem a República Federativa do Brasil.**

## **7. DOS REQUISITOS LEGAIS QUE AUTORIZAM A INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA EM FAVOR DA COLETIVIDADE AFETADA.**

A inversão do *onus probandi* foi consagrada pelo legislador infraconstitucional como o mais importante instrumento para a facilitação dos direitos do consumidor em juízo<sup>100</sup>. Segundo Bruno Miragem, as razões para o reconhecimento da possibilidade de inversão do ônus da prova são oriundas da “dificuldade prática do consumidor demonstrar os elementos fáticos que suportam a sua pretensão”, principalmente porque, na estrutura das relações de consumo, o domínio do conhecimento sobre o produto é do Fornecedor<sup>101</sup>. Nesse contexto, embora existam três espécies<sup>102</sup> de inversão da carga probatória, insta mencionar aquelas que detêm íntima relação com o caso em tela: legal (*ope legis*) e a judicial (*ope judicis*).

<sup>99</sup> BENJAMIN, A. H. V. Artigo 61. In: MARQUES, C. L.; BENJAMIN, A. H.; MIRAGEM, B. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017. p. 1.459.

<sup>100</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 234.

<sup>101</sup> *Ibidem*, *idem*.

<sup>102</sup> NEVES, Daniel A. A. Inversão do ônus da Prova. In: TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual*. 7. ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018, p. 633.

A inversão legal, como já indica o seu nome, ocorre *ex vi legi*. Nas palavras de Medeiros Garcia, nesses casos, “tecnicamente, não há inversão do ônus da prova, uma vez que, desde o princípio, é a lei que institui a quem caberá o encargo probatório de determinado fato”<sup>103</sup>. O CDC institui que cabe ao fornecedor o ônus de provar que não colocou determinado produto no mercado, que ele não é defeituoso ou que houve culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros pelos danos gerados (art. 12, § 3.º, do CDC)<sup>104</sup>. Novamente, porém, em virtude do seu artigo 38, o Diploma Legal Consumerista preconiza que “O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina”.

**Por óbvio, conforme exortado, depreende-se que os destinatários finais aqui tutelados detêm o amparo da inversão *ope legis* em relação aos casos que envolvem acidentes de consumo/defeitos e publicidade enganosa/abusiva. É mister asseverar que em relação as outras práticas abusivas identificadas também cabe o pleito referente à inversão da carga probatória, porém, nesses casos, suscita-se a hipótese referente à inversão *ope judicis*.** Tal prerrogativa é vislumbrada em sede do artigo 6º, VIII, do CDC, que ostenta – como direito básico da categoria – “a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências”.

O conceito de verossimilhança diz respeito à situação que se amolda com a realidade, aparenta ser verdadeiro, ou seja, é necessário que as alegações guardem pertinência com o que é verídico. Tal requisito mostra-se amplamente configurado, haja vista que os **autos do inquérito civil, por si só, reúnem, documentalmente, conteúdo probatório suficiente para demonstrar a materialidade dos fatos alegados.** Na oportunidade, cabe mencionar que se constitui documento público dotado

<sup>103</sup> GARCIA, Leonardo de M. *Código de Defesa do Consumidor Comentado*: artigo por artigo. 13. ed. ver. ampl. e atual. Salvador: JusPODIVM, 2016, p. 103

<sup>104</sup> NEVES, Daniel A. A. Inversão do ônus da Prova. In: TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de Direito do Consumidor*: Direito Material e Processual. 7. ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018, p. 633.

de presunção de veracidade por força do art. 405 do CPC/2015<sup>105</sup>, e não são oriundos de meras alegações infundadas, mas resultado da observação de uma série de reclamações formalizadas por consumidores irrisignados. Destaque-se o plural – que, embora distintos, ligam-se por argumento comum: a contestação referente aos abusos da Ré. Levando em conta que são consumidores distintos reclamando por direito semelhante, através de argumentos e fatos convergentes, têm-se indubitável aparência de verdade ao discurso consumerista.

Em relação à hipossuficiência, por sua vez, é cediço que é a condição de quem é carente sob o aspecto material e não se confunde com a vulnerabilidade, que é presumida e atinge todos os consumidores<sup>106</sup>. Contudo, não somente os carentes enfrentam dificuldades para demonstrar os problemas existentes na relação de consumo, motivo pelo qual o STJ tem decidido que “a inversão do ônus da prova pressupõe hipossuficiência (técnica, jurídica ou econômica) ou verossimilhança das alegações feitas pelo consumidor”<sup>107</sup>. Nesse diapasão, Haroldo Lourenço afirma que **hipossuficiência técnica é “a incapacidade de a parte produzir provas para o processo”<sup>108</sup>, característica praticamente inconteste para os destinatários finais representados nesta lide, haja vista que, em sua maioria, são portadores de idade avançada, com graves doenças.**

Impingir a tais consumidores o ônus da prova acerca das suas alegações é o mesmo que rechaçar veementemente qualquer hipótese de reequilíbrio da vertente relação de consumo. Como ministra Cláudia Lima Marques, é preciso entender que os idosos **são detentores de vulnerabilidade especial, “seja pela sua vulnerabilidade técnica exagerada em relação a novas tecnologias (home-banking, relações com máquina, uso necessário da internet etc.)”; ou seja por “sua vulnerabilidade fática quanto à rapidez das contratações; sua saúde**

<sup>105</sup> Art. 405: “O documento público faz prova não só da sua formação, mas também dos fatos que o escrivão, o chefe de secretaria, o tabelião ou o servidor declarar que ocorreram em sua presença”.

<sup>106</sup> MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de Defesa do Consumidor*. O Princípio da Vulnerabilidade no Contrato, na Publicidade, nas demais Práticas Comerciais. 3. ed. atual e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

<sup>107</sup> Cf.: STJ, REsp 1.021.261, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª T., DJ 06/05/10.

<sup>108</sup> LOURENÇO, Haroldo. *Teoria Dinâmica do Ônus da Prova no novo CPC*. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2015, p. 66.

**debilitada; a solidão de seu dia-a-dia, que transforma um vendedor de porta-em-porta, um operador de telemarketing, talvez na única pessoa com a qual tenham contato e empatia naquele dia”<sup>109</sup>.**

Destarte, a inversão do ônus da prova para todas as alegações presentes nessa ACP se mostra não só possível – considerando a inversão *ope legis* e *ope judicis* –, mas também necessária para cumprir um dos sentidos atribuído ao próprio instituto jurídico da inversão, que como nos ensina Leonardo M. Garcia, “procura restabelecer a igualdade e o equilíbrio na relação processual em razão do fornecedor, geralmente, dispor de melhores condições técnicas e econômicas para a disputa judicial”<sup>110</sup>. **Portanto, pugna o Parquet pela inversão probatória, objetivando, além de equalizar a balança que coloca os consumidores em situação de desvantagem para coletar comprovações, resolver de forma menos morosa a problemática situação vigente.**

## **8. DA RELEVANTE DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA DA EMPRESA DENUNCIADA NESTA LIDE COLETIVA.**

A desconSIDERAÇÃO da personalidade jurídica consiste no afastamento pontual da diferenciação entre os patrimônios da pessoa jurídica e de seus sócios, de modo a responsabilizá-los pelos débitos da empresa, sempre que for comprovada alguma das hipóteses previstas na legislação vigente<sup>111</sup>. No entanto, não se trata de considerar ou declarar nula a personalidade jurídica da empresa, mas “evitar o abuso ou a fraude, sem comprometer o instituto da pessoa jurídica, isto é, sem questionar a regra da separação de sua personalidade e patrimônio em relação a seus membros”<sup>112</sup>. O legislador

<sup>109</sup> MARQUES, Cláudia L. Artigo 39. In: MARQUES, C. L.; BENJAMIN, A. H. V.; MIRAGEM, B. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p. 893-894.

<sup>110</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Código de Defesa do Consumidor Comentado: artigo por artigo*. 13. ed. rev. ampl. e atual. Salvador: JusPODIVM, 2016. p. 99.

<sup>111</sup> Sobre o tema, consultar: LEONARDO, Rodrigo Xavier. *Imposição e inversão do ônus da prova*. São Paulo: Renovar, 2004. CABRAL, Érico de Pina. *Inversão do ônus da prova no Processo Civil do Consumidor*. São Paulo: Método, 2008.

<sup>112</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Direito do Consumidor*. São Paulo: Atlas S.A., 2014. p. 390.

ordinário, ao elaborar a Lei Federal n.º 8.078/90, procurou estabelecer pressupostos que facilitassem a aplicação do instituto em benefício dos vulneráveis.

Nessa senda, o CDC permite a aplicação do instituto de forma mais ampla e em face de situações variadas. Conforme o seu art. 28, pode o juiz desconsiderar a personalidade jurídica, sempre que houver, em detrimento do consumidor, abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. O parágrafo 5º do mesmo artigo estabelece que poderá também ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocada por má administração.

**No caso em apreço, estão presentes o abuso de direito, o excesso de poder, a infração da lei, bem como a prática de fato ou ato ilícito por parte das Rés.** As novas premissas da teoria geral dos contratos superaram os paradigmas clássicos, fincados no caráter absoluto do princípio da autonomia da vontade e do *pacta sunt servanda*, brocardo latino que diz que os pactos assumidos devem ser respeitados. Hodiernamente, o fornecedor continua tendo liberdade para atuar no mercado, mas não de forma arbitrária e desmedida, conforme acentua Nathalie Souphanor.<sup>113</sup> Na verdade, houve um aumento da intervenção estatal nas relações privadas, no intuito de inibir a ocorrência de abusos sem um efetivo controle. **Dessa forma, impõe-se a desconsideração da personalidade jurídica da parte acionada, com base no caput do art. 28 da Lei n. 8.078/90 em decorrência da flagrante infração à lei<sup>114</sup>.**

### **III - DA ANTECIPADA DA TUTELA PRETENDIDA NESTA AÇÃO CIVIL PÚBLICA.**

<sup>113</sup> SOUPHANOR, Nathalie. *L'influence du droit de la consommation*, p. 35 e seq.

<sup>114</sup> Sobre o tema, consultar: Sobre o tema, consultar: ALPA, Guido; BESSONE, Mario. *La Responsabilità del produttore*. 4. ed a cura di Fabio Toriello. Milano: Dott. A. Giuffrè, 1999.

O Ordenamento Jurídico Brasileiro permite que, em situações nas quais a realização do direito não possa ser postergada até a sentença final do processo, seja concedida, sob forma liminar, a tutela antecipada. A possibilidade de antecipação da tutela advém do entendimento de que “o tempo é concomitantemente inerente à fisiologia do processo e fonte de dano ao autor que tem razão no seu pleito”<sup>115</sup>; logo é preciso distribuí-lo, de acordo com determinados critérios, ao longo do seu desenvolvimento, visto que, do contrário, corre-se o risco de o autor ser afetado pelo tempo do processo, com evidente violação do princípio da igualdade (arts. 5.º, I, da CF/1988, e 7º do CPC)<sup>116</sup>.

Segundo Marioni a técnica antecipatória tem justamente por função distribuir de forma isonômica o ônus do tempo no processo<sup>117</sup>, fundamentando-se para tanto, dentre outra hipótese, na urgência – circunstância que se enquadra ao pleito desta Ação Civil Pública. Ora, de “nada adianta a prestação jurisdicional precisa mas intempestiva”<sup>118</sup>, de modo que “quando a justiça tarda, ela na verdade falha”<sup>119</sup>. Destarte, dispõe o art. 84 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor que será possível a antecipação dos efeitos da tutela pleiteada quando houver receio de ineficácia do provimento final e forem verossímeis as alegações da parte interessada.

Também dispõe o art. 300 do CPC/2015 que “A tutela de urgência será concedida quando houver elementos que evidenciem a probabilidade do direito e o perigo de dano ou o risco ao resultado útil do processo”<sup>120</sup>. Nesse mesmo contexto, acrescenta Leonardo de Medeiros Garcia que o magistrado “Poderá conceder a tutela liminarmente de plano (*inaudita altera parte*) ou após justificação prévia (com citação do réu), caso seja relevante o fundamento da demanda (*fumus boni iuris*) e haja justificado receio de ineficácia do provimento final (*periculum in mora*) (...)”. O mesmo doutrinador ainda

<sup>115</sup> MARIONI, Luiz Guilherme.; ARENHART, Sérgio Cruz; MITIDIERO, Daniel. *Curso de processo civil: tutela dos direitos mediante procedimento comum*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020, volume 2 [livro eletrônico], p. 239.

<sup>116</sup> *Ibidem*, p. 239 – 240.

<sup>117</sup> *Ibidem*, p. 240.

<sup>118</sup> LEONEL, Ricardo de Barros. *Manual do Processo Coletivo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 294.

<sup>119</sup> *Ibidem*, *idem*.

<sup>120</sup> Cf.: WAMBIER, Teresa Arruda Alvim; CONCEIÇÃO, Maria Lúcia Lins; RIBEIRO, Leonardo Ferres da Silva; MELLO, Rogério Licastro Torres de. *Primeiros Comentários ao Novo Código de Processo Civil*. Artigo por Artigo de acordo com a Lei 13.256/2016. 2. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

apregoa que, independente de solicitação do autor nesse sentido, poderá o juiz impor multa diária para o descumprimento da medida liminar<sup>121</sup>.

**No caso em tela, as ações da demandada, ao criarem expectativas infundadas para os consumidores e não cumprirem a legislação vigente, infringem expressas disposições legais – destacadas nesta exordial –, configurando o *fumus boni juris*. Por sua vez, o *periculum in mora* está patenteado na necessidade de inibir, o quanto antes, as referidas práticas abusivas.** Há, inexoravelmente, ofensa a direitos legítimos assegurados em sede constitucional e transgressão aos princípios que norteiam a dinâmica das relações de consumo, posto que a parte acionada, por meio de práticas abusivas, atinge de modo difuso os consumidores. **Existe, portanto, fundado receio de dano a caracterizar o perigo resultante da demora na decisão**, pois a parte contrária continuará induzindo milhares de pessoas, mormente os idosos, a acreditarem em compras indevidas sem terem informações precisas acerca da real consistência dos negócios jurídicos entabulados.

Diante do exposto, pugna-se pela concessão de **MEDIDA LIMINAR ANTECIPATÓRIA DA TUTELA** pretendida, *inaudita altera parte*, para que, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, a contar da intimação da decisão concessiva da liminar, sob pena de pagamento de multa diária no valor de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Federal de Reparação de Interesses dos Consumidores, previsto na Lei nº 7.347/85, sem prejuízo do crime de desobediência, sejam as Rés compelidas a:

**1) respeitarem estritamente o direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços postos no mercado de consumo (art. 6, III, CDC), provendo a especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como os riscos que esses apresentem. Deve, portanto, ser compelida nos seguintes termos:**

---

<sup>121</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Código de Defesa do Consumidor Comentado: artigo por artigo*. 13. ed. rev. ampl. e atual- Salvador: JusPODIVM, 2016, p. 529.



**1.1 Em se tratando da oferta e apresentação de produtos e serviços, devem cumprir o dever de informar, aos moldes do art. 31 do CDC, obrigando-se, em concomitância, a integrar nos contratos que vierem a ser celebrados, toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada em qualquer forma ou meio de comunicação com relação aos produtos oferecidos ou apresentados, em consonância com o art. 30 do CDC.**

**1.2 Devem informar expressamente, de modo claro e adequado, em toda modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário que vierem a veicular, as devidas restrições a lactantes (0 a 12 meses) e a crianças de primeira infância (1 a 3 anos), quando os produtos ofertados forem compostos por Constituintes não autorizados para os suplementos alimentares indicados a esses grupos, conforme observado no ANEXO I da Instrução Normativa n. 28/ 2018 da ANVISA.**

**1.3 Devem modificar o rótulo do produto “CONDRILEVE” para que se adeque estritamente aos arts. 12 e 13 – referentes aos “requisitos de rotulagem” – da Resolução da Diretoria Colegiada – RDC n. 24/2018 da ANVISA, que dispõe sobre as exigências sanitárias dos suplementos alimentares, sob pena de incorrer na conduta vedada à luz do art. 12, § 1, I.**

**1.4 Devem, em se tratando da oferta e/ou venda de produtos a pessoa acima de 60 (sessenta) anos, considerada hipervulnerável, verificar se o referido consumidor está em pleno gozo das suas atribuições e se mostra plenamente capaz de realizar a compra.**

**1.4.1 Caso seja possível a comercialização, obrigam-se a realizar os ritos previstos no art. 31 do CDC de modo ainda mais preciso e cauteloso, destacando expressamente que os produtos “não são medicamentos”, “não são utilizados para tratamento de enfermidades” e “são detidos de efeitos meramente preventivos e suplementares sem eficácia comprovada”; a fim de resguardar os direitos básicos a liberdade de escolha e a informação, respectivamente, art. 6º, incisos II e III, do CDC.**

**2) Em conformidade com o art. 37 do CDC, não devem veicular, sob nenhuma hipótese, oferta/publicidade enganosa e/ou abusiva, sendo, portanto, ser compelida nos seguintes termos:**

**2.1 Não devem veicular a informação de que os seus produtos compõem um “tratamento”, que “curam a catarata”, “que curam a artrose”, ou qualquer outra modalidade de informação falsa/enganosa que não fora previamente comprovada e reconhecida pelos órgãos oficiais competentes, ou que se revele capaz de induzir o consumidor, especialmente os hipervulneráveis, a erro acerca da eficácia, qualidade, efeitos ou mesmo qualquer outra característica pertinente ao produto.**

**2.2 Na disponibilização de qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, que sejam obrigadas a não explorar o medo dos consumidores acerca da possibilidade de aquisição de doenças, ou prevalecer-se de qualquer fraqueza ou ignorância destes, especialmente em se tratando do público idoso, considerado hipervulnerável e ainda mais suscetíveis a serem compelidos indevidamente ao consumo.**

**2.3 Devem responsabilizar-se solidariamente pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos - conforme prevê o art. 34, do CDC - que violem os ditames legais.**

**3) Promoverem o fornecimento de produtos de maneira adequada, segura e satisfatória, com o propósito de atenderem as necessidades dos consumidores, respeitando a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo; cumprindo, dentre outros regramentos incidentes, o Código Brasileiro de Proteção e Defesa do Consumidor, especialmente no que toca a vedação de práticas abusivas. Deve, portanto, ser compelida nos seguintes termos:**

**3.1 Devem cessar preventivamente a comercialização dos produtos “CONDROLEVE” e “LEVER” até que: (a) comprovem que os respectivos**

suplementos alimentares não constituem nenhuma espécie de riscos para a vida, saúde, ou segurança dos consumidores, especialmente os idosos com comorbidades, visto que existem vários relatos de defeitos e acidentes de consumo; (b) somente para o produto "CONDROLEVE", adequem o seu rótulo e as informações que faltam na sua apresentação perante o sítio eletrônico da Eleve Suplementos, devendo cumprir estritamente as normas expedidas pelos Órgãos oficiais competentes;

**3.2 Promoverem o fornecimento de produtos adequados, seguros e satisfatórios, os quais, conforme aduz o art. 8º do CDC, não devem acarretar riscos à saúde ou segurança dos consumidores, devendo, em respeito aos art. 12, do CDC, responsabilizar-se, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos existentes no produto;**

**3.3 Nas hipóteses em que ocorrer envio de produto diferente do solicitado pelo consumidor, devem promover - de maneira célere, eficaz e sem ônus ao Consumidor requerente - as devidas trocas e retificações, devendo, pois, respeitar o que preconiza os arts. 30 e 35 do Código Brasileiro de Proteção e Defesa do Consumidor.;**

**3.4 Não condicionarem o fornecimento de produto ao fornecimento de outro produto, especialmente utilizando a afirmação de que o condicionamento é necessário para "eficácia do tratamento", mediante afirmação é falsa/enganosa e pode induzir o consumidor, especialmente os hipervulneráveis, a erro acerca das características dos produtos, afrontando o art. 39, inciso I, bem como art. 37, ambos do CDC;**

**3.5 Não realizarem, sem solicitação ou anuência prévia, o envio ou a entrega de mais produtos que o solicitado pelo consumidor, ou ainda, prover adução publicitária, por telefone ou qualquer outro meio de comunicação, sem o consentimento expresso por meio de cadastro prévio, considerando-se que essas práticas, além de aviltarem contra o art. 39, inciso III, do CDC, também perturbam a paz, a privacidade e o tempo do consumidor, que se**

**encontra obrigado a solucionar um problema pertinente à devolução de um produto e/ou a interrupção de um serviço, que não requisitou ou permitiu;**

**3.6 Não se prevalecerem da fraqueza ou ignorância do consumidor idoso – principalmente aqueles doentes e acima dos 80 (oitenta) anos de idade -, por meio do (i) descumprimento do dever de prover informação adequada e clara sobre os diferentes produtos; (ii) do uso de publicidade enganosa e/ou abusiva; do envio ou entrega de produto sem solicitação ou anuência prévia; (iii) dentre outras práticas que, a fim de impingir produtos a esse contingente, desrespeitando o art. 39, inciso IV, do CDC, bem como todo o âmago do referido Diploma Legal.**

**3.7 Não exigirem dos consumidores vantagem manifestamente excessiva, devendo, portanto, considerar como “amostra grátis” todo produto enviado em excesso, bem como aqueles remetidos sem anuência ou solicitação prévia do consumidor; ou então recolhê-los, quando este interesse manifestar, sem lhe atribuir nenhum tipo de ônus;**

**3.8 Colocarem, no mercado de consumo, produtos que estejam em consonância com o previsto no art. 39, inciso VIII, do CDC, devendo, portanto, respeitar todas as normas pertinentes aos “SUPLEMENTOS ALIMENTARES”, expedidas pelos órgãos oficiais competentes.**

**4) Disponibilizarem um suporte eficaz para atender aos consumidores, com vista à observância dos seus direitos básicos de obter informação adequada e clara sobre os produtos que adquirem, e de manterem-se protegidos contra práticas abusivas ou ilegais. Devem ser, portanto, compelidos nos seguintes termos:**

**4.1 Disponibilizarem um serviço de atendimento de qualidade satisfatória, seja por e-mails ou telefones, não findando, portanto, a ligação dos consumidores antes da conclusão do atendimento, observando o cumprimento dos princípios da dignidade, boa-fé, transparência, eficiência,**

eficácia, celeridade e cordialidade, e com o propósito de que sejam melhor assistidos em qualquer solicitação que queiram realizar;

4.2 A plataforma de atendimento deverá ser disponibilizada para solucionar as demandas sobre informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento de contratos.

5) No que concerne à cobrança de dívidas, não se utilizarem de ameaças ou submeterem os consumidores inadimplentes a constrangimento, além de respeitarem, nos casos em que realizem cobrança indevida, o direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, conforme estipula o art. 42 do CDC.

6) Respeitem os prazos acordados entre a empresa e o consumidor quando necessário efetuar qualquer tipo de ressarcimento, especialmente nos casos em que tiver realizado cobranças indevidas, ou ainda, nas hipóteses em que aquele manifeste o direito de arrependimento, aos moldes do que prevê o art. 49, do CDC. Deve, portanto, ser compelida nos seguintes termos:

6.1 Nos casos de manifestação do direito de arrependimento por parte do consumidor, devem ser compelidas respeitar o que preconiza o parágrafo único do art. 49 do CDC, de modo que os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, sejam devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

#### **IV – DO PEDIDO DESTA AÇÃO CIVIL PÚBLICA.**

Em caráter definitivo, pugna o Ministério Público pelo julgamento procedente desta demanda, mantendo-se integralmente a medida liminar concedida, sendo a parte adversa também compelida nos seguintes termos, sob pena de pagamento de multa diária no importe de 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), **DECRETANDO-SE A DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA DA RÉ**, para que seja condenada:

- 1) Ao pagamento de indenização em face dos prejuízos materiais e morais sofridos pelos consumidores afetados pelas práticas abusivas e ilícitas denunciadas nesta medida judicial coletiva, sendo que a devida apuração far-se-á, com base no art. 95 da Lei Federal nº 8.078/90, após a condenação;
- 2) À devolução, em dobro, dos valores indevidamente pagos pelos consumidores, nos moldes do art. 42, parágrafo único, da Lei Federal nº 8.078/90, de modo atualizado e corrigido;
- 3) Que as mencionadas Rés sejam condenadas a efetivarem o pagamento conjunto do montante de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a título de dano moral causado, difusamente, à sociedade, devendo ser revertido para o Fundo Federal dos Direitos do Consumidor;
- 4) Que as Rés sejam condenadas a efetivarem o pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios referentes à presente demanda judicial coletiva.

## **V - DOS REQUERIMENTOS DESTA LIDE COLETIVA.**

Diante do quanto exposto, requer ainda o Autor que:

- a) seja determinada a intimação dos Réus, por seus advogados ou pessoalmente, a fim de que, com esteio no parágrafo 3º do art. 308, do atual Código de Processo Civil, compareçam à audiência de conciliação ou de mediação, na forma do art. 334;
- b) Não havendo autocomposição, que o prazo para a contestação seja contado na forma do art. 335 do Código de Processo Civil Pátrio, sem necessidade de nova citação da ré;
- c) a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, desde logo, em face do previsto no artigo 18 da Lei nº 7.347/85 e do art. 87 da Lei nº 8.078/90;
- d) sejam as intimações do Autor concretizadas virtualmente, através do endereço eletrônico [jsuzart@mpba.mp.br](mailto:jsuzart@mpba.mp.br), em face do disposto no art. 180, do atual Código de Processo Civil e no art. 199, inciso XVIII, da Lei Complementar Estadual nº 11/96 (Lei Orgânica do Ministério Público do Estado da Bahia);

- e) a inversão do ônus da prova, em favor da coletividade de consumidores substituída pelo Autor, conforme previsto no Código de Defesa do Consumidor;
- f) a publicação do edital previsto no artigo 94 da Lei nº 8.078/90, para conhecimento dos interessados e eventual habilitação no feito como litisconsortes;
- g) protesta-se provar o alegado por todos os meios de prova admitidos em direito, especialmente pela produção de prova testemunhal e pericial e, caso necessário, pela juntada de documentos, bem como por todos os demais instrumentos indispensáveis à cabal demonstração dos fatos articulados na presente inicial.

Atribui-se à presente causa o valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), para fins dos efeitos jurídicos processuais cabíveis.

Acompanha esta medida judicial coletiva o Inquérito Civil n. 003.9.241496/2019-5ª PJC, contendo todas as folhas devidamente identificadas.

Termos em que se pede e espera deferimento.

Estado da Bahia, Cidade de Salvador,

Ano 2021, 03 de março.

**Joseane Suzart Lopes da Silva**

Promotora de Justiça