



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

MINISTÉRIO PÚBLICO

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR DE PORTO ALEGRE

Procedimento nº 00832.002.936/2021 — Inquérito Civil

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA ___ VARA
CÍVEL DA COMARCA DE PORTO ALEGRE-RS:**

COM PEDIDO DE TUTELA PROVISÓRIA

*DISTRIBUIÇÃO PREFERENCIAL A 15ª OU 16ª VARA CÍVEL - PROVIMENTO Nº 39
/93-CGJ*

O **MINISTÉRIO PÚBLICO**, pela Promotoria de Justiça Especializada de Defesa do Consumidor, com endereço na Rua Santana, nº 440, 8º andar, Bairro Santana, nesta Capital, CNPJ nº 93.802.833/0001-57, endereço eletrônico **pjconsumidorpoa@mprs.mp.br**, propõe **AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO COM PEDIDO DE TUTELA PROVISÓRIA** em desfavor de **MICHEL SERVIÇOS LTDA.**, nome fantasia **OITI SUPLEMENTOS ALIMENTARES**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 13.592.250/0001-00, detentora do **site oitisuplementos.com.br**, endereços eletrônicos **sac@oitisuplementos.com.br**, **vendas@oitisuplementos.com.br**, **marketing@oitisuplementos.com.br**, **contact.michel@bol.com.br**, **wagner.rodrigues@oitisuplementos.com.br**, com sede nos seguintes endereços: Alameda dos Tupinas, nº 33, conjunto 901 6VG, Bairro Planalto Paulista, São Paulo/SP, CEP 04.069-000 (Matriz) e Rua Bueno de Andrade, nº 119, 1º andar, Bairro Aclimação, São Paulo/SP,



CEP 01526-000 (Filial), telefones 0800-888-0042 (comercial - tele vendas), 0800-888-9400 (SAC), (11) 93389-2689 (whatsapp), (11) 2363-9800 e (11) 4680-2750, em razão dos fatos e fundamentos jurídicos que seguem:

1. DOS FATOS:

A presente ação coletiva de consumo tem origem no Inquérito Civil nº 00832.002.936/2021, instaurado nesta Promotoria de Justiça Especializada de Defesa do Consumidor contra a empresa em epígrafe, tendo por objeto a apuração de propaganda enganosa na comercialização de produtos supostamente terapêuticos.

A denúncia inicialmente formulada noticia propaganda veiculada na TV Pampa – especificamente no dia 17 de março de 2021, de um produto denominado “colágeno”.

Segundo a propaganda divulgada, o produto combateria artrite reumatoide e outras doenças reumáticas.

Questionada, a ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária respondeu, por meio do ofício nº 1165/2021/SEI/GADIP-CG/ANVISA, do qual consta anexa a Nota Técnica nº 120/2021/SEI/GADIP-CG/ANVISA, que assim dispõe:

“A propaganda do produto é realizada pelo âncora Gustavo Victorino do programa Atualidades Pampa, sendo realizada indicação do produto para combater artrite reumatoide e outras doenças reumáticas.

No vídeo denunciado não é possível identificar a identidade do produto, visto que o produto é apresentado apenas pela sua marca, sem informar a denominação do produto e outras características de composição e regularização. Assim, em consulta ao site [HTTPS://www.oitisuplementos.com.br/product/colageno](https://www.oitisuplementos.com.br/product/colageno), em 17/05/2021, verifica-se que se trata de suplemento alimentar de zinco, selênio e vitaminas em cápsula com colágeno, conforme imagem do rótulo divulgado.



Os suplementos alimentares são produtos classificados como alimentos, nos termos da Resolução RDC 243/2018. Nesse sentido, é importante esclarecer que aos alimentos não pode ser atribuída finalidade medicamentosa ou terapêutica, qualquer que seja a forma como se apresente e o modo como são ministrados, conforme art. 56 do Decreto-Lei 986/1969, legislação que instituiu normas básicas sobre os alimentos. (...)

Conforme o disposto no art. 17 da RDC 243/2018, a rotulagem dos suplementos alimentares não pode apresentar palavras, marcas, imagens ou qualquer outra representação gráfica, inclusive em outros idiomas, que afirmem, sugiram ou impliquem, expressa ou implicitamente, que o produto possui finalidade medicamentosa ou terapêutica, corroborando com os princípios de rotulagem de alimentos estabelecidos no item 3 da Resolução RDC 259/2002, regulamento técnico de rotulagem de alimentos embalados, especificamente itens 3.1. e, 3.1.f e 3.1.g. (...)

Destaca-se que o art. 23 do Decreto-Lei 986/1969 dispõe que as mesmas regras estabelecidas para rotulagem de alimentos são aplicáveis aos textos e matérias de propaganda. Portanto, está em desacordo com a legislação sanitária vigente a indicação do produto "suplemento alimentar de zinco, selênio e vitaminas em cápsula com colágeno", marca Oiti Colágeno, para melhorar o tratamento da osteoporose e pressão arterial, conforme texto divulgado no site da empresa responsável pelo produto, bem como a indicação do produto para "quem sofre com dor", "quem tem artrite, artrose, bursite, osteoporose", "alivia a dor", "reconstitui a cartilagem rapidamente", "para de sofrer", conforme vídeo denunciado. (...)

Conforme o disposto no item 3.5 da Resolução 18/1999, que dispõe as diretrizes básicas para análise e comprovação de propriedades funcionais e ou de saúde alegadas em rotulagem de alimentos, as alegações podem fazer referências à manutenção geral da saúde, ao papel fisiológico dos nutrientes e não nutrientes e à redução de riscos e doenças. Não são permitidas alegações de saúde que façam referência à cura ou prevenção de doenças. Destaca-se que os produtos com indicação terapêutica ou finalidade medicamentosa não são considerados alimentos, conforme dispõe o art. 56 do Decreto-Lei nº 986 /1969. Portanto, os produtos classificados na área de alimentos não podem usar em sua rotulagem informações que: ressalte qualidades que possam induzir a engano com relação a reais ou supostas propriedades



terapêuticas; indique que o alimento possui propriedades medicinais ou terapêuticas; ou aconselhe seu consumo como estimulante, para melhorar a saúde, para prevenir doenças ou com ação curativa, conforme estabelece os itens 3.1.e, 3.1.f e 3.1.g da Resolução RDC nº 259 /2002."

Por fim, a Nota Técnica da ANVISA concluiu que *"...a indicação do produto "suplemento alimentar de zinco, selênio e vitaminas em cápsula com colágeno", marca Oiti Colágeno, para finalidades terapêuticas para aliviar a dor e melhorar o tratamento da osteoporose, pressão arterial, artrite, artrose, bursite etc., conforme texto divulgado no site da empresa e mensagem no vídeo denunciado, está em desacordo com a legislação sanitária vigente."*

Diligenciado na internet acerca da existência de oferta do produto, foi facilmente localizado, junto ao site oitisuplementos.com.br, o seguinte anúncio:

oiti

Home Sobre nós Produtos Contato Blog

Telefendas: 0800 888 0042

Colágeno

Colágeno tipo I (hidrolisado), que melhora e firma a pele, fortalece unhas e cabelos, além de melhorar o tratamento da osteoporose e a pressão arterial. Cada embalagem contém 120 cápsulas. A ingestão diária recomendada é de 2 cápsulas.

Categoria: Suplemento Alimentar

Compre pelo telefone Compre pelo whats!



Conforme se verifica, o anúncio dispõe que o produto *"...melhora a firmeza da pele, fortalece unhas e cabelos, além de melhorar o tratamento da osteoporose e a pressão arterial."*

Ainda, foi localizado o anúncio do produto Oití Dorreumax, também com colágeno em sua fórmula, conforme colacionado abaixo.



Constata-se da propaganda a informação de que o produto *"...auxilia na manutenção da função articular. A vitamina D auxilia na formação de ossos e dentes e no funcionamento muscular. O magnésio auxilia no funcionamento muscular e neuromuscular."*

Instaurado Inquérito Civil, foi diligenciada a notificação da empresa, ou de seu respectivo sócio administrador, junto a todos os endereços, telefones, número de whatsapp e endereços de e-mail existentes, sem resposta.



Assim., diante de tais fatos e frente à potencialidade danosa da conduta da requerida, não vislumbrou o Ministério Público outra alternativa que não o ajuizamento da presente ação coletiva de consumo.

2 - DA PUBLICIDADE ENGANOSA E DOS PRECEITOS NORMATIVOS VIOLADOS:

A Nota Técnica da ANVISA esclareceu que os suplementos alimentares tem tratamento normativo de alimentos. E aos alimentos não pode ser atribuída finalidade medicamentosa ou terapêutica.

O **Decreto-Lei nº 986/1969** dispõe acerca da matéria em seus artigos 23 e 56.

Transcreve-se:

"Art. 23. As disposições deste capítulo se aplicam aos textos e matérias de propagandas de alimentos qualquer que seja o veículo utilizado para sua divulgação.

Art. 56. Excluem-se do disposto neste Decreto-Lei os produtos com finalidade medicamentosa ou terapêutica, qualquer que seja a forma como se apresentem ou o modo como são ministrados."

Destaca-se, portanto, que conforme dispõe o art. 56 do Decreto-Lei nº 986 /1969, os produtos com indicação terapêutica ou finalidade medicamentosa não são considerados alimentos.

Por conseguinte, os produtos classificados na área de alimentos não podem usar em sua rotulagem informações que ressaltem qualidades que possam induzir a engano com relação a reais ou supostas propriedades terapêuticas, ou indiquem que o alimento possui propriedades medicinais ou terapêuticas, ou, ainda, aconselhem seu



consumo como estimulante, para melhorar a saúde, para prevenir doenças ou com ação curativa.

A Resolução da Diretoria Colegiada - **RDC 243/18, da ANVISA**, que dispõe sobre os requisitos sanitários dos suplementos alimentares, estabelece que a rotulagem dos suplementos alimentares não pode apresentar palavras, marcas, imagens ou qualquer outra representação gráfica, inclusive em outros idiomas, que afirmem, sugiram ou impliquem, expressa ou implicitamente, que o produto possui finalidade medicamentosa ou terapêutica. Preceitua seu artigo 17:

"Art. 17 – Sem prejuízo dos requisitos dispostos no Decreto-Lei 986, de 21 de outubro de 1969, que institui normas básicas sobre alimentos e dos requisitos dispostos na Resolução – RDC nº 259, de 2002, a rotulagem dos suplementos alimentares não podem apresentar palavras, marcas, imagens ou qualquer outra representação gráfica, inclusive em outros idiomas, que afirmem, sugiram ou impliquem, expressa ou implicitamente, que:

I – o produto possui finalidade medicamentosa ou terapêutica;"

A **RDC 259/2002** também dispõe sobre os princípios de rotulagem de alimentos, ao dispor sobre o regulamento técnico de rotulagem de alimentos embalados. Transcreve-se:

"3.1. Os alimentos embalados não devem ser descritos ou apresentar rótulo que:

(...)

e) ressalte qualidades que possam induzir a engano com relação a reais ou supostas propriedades terapêuticas que alguns componentes ou ingredientes tenham ou possam ter quando consumidos em quantidades diferentes daquelas que se encontram no alimento ou quando consumidos sob forma farmacêutica;

f) indique que o alimento possui propriedades medicinais ou terapêuticas;



g) aconselhe seu consumo como estimulante, para melhorar a saúde, para prevenir doenças com ação curativa."

A Nota Técnica ainda apontou que "*...o art. 23 do Decreto-Lei 986/1969 dispõe que as mesmas regras estabelecidas para rotulagem de alimentos são aplicáveis aos textos e matérias de propaganda."*

Conforme verificado nas propagandas veiculadas no site da empresa, há promessa de "*...melhorar o tratamento da osteoporose e pressão arterial...*", bem como a indicação do produto para "*quem sofre com dor*", "*quem tem artrite, artrose, bursite, osteoporose*", "*alivia a dor*", "*reconstitui a cartilagem rapidamente*", "*para de sofrer*", conforme vídeo denunciado.

Ainda, a Resolução nº 18/1999, da ANVISA, que dispõe as diretrizes básicas para análise e comprovação de propriedades funcionais e ou de saúde alegadas em rotulagem de alimentos, as alegações podem fazer referências à manutenção geral da saúde, ao papel fisiológico dos nutrientes e não nutrientes e à redução de riscos e doenças.

Entretanto, conforme disposto na Resolução nº 18/1999, da ANVISA, **não são permitidas alegações de saúde que façam referência à cura ou prevenção de doenças.**

*"3.5. As alegações podem fazer referências à manutenção geral da saúde, ao papel fisiológico dos nutrientes e não nutrientes e à redução de risco a doenças. **Não são permitidas alegações de saúde que façam referência à cura ou prevenção de doenças."***

Por fim, a Nota Técnica da ANVISA esclarece que o artigo 16 da RDC nº 243 /2018 estabelece que as alegações autorizadas para uso em suplementos alimentares restringem-se àquelas previstas no Anexo V da Instrução Normativa 28/2018 .



“Art. 16. As alegações autorizadas para uso em suplementos alimentares restringem-se àquelas previstas no Anexo V da Instrução Normativa nº 28, de 26 de julho de 2018, desde que atendidos os respectivos requisitos.

§ 1º Não são permitidas variações textuais das alegações autorizadas, exceto quando:

I - as alegações para uma mesma substância forem reunidas numa única frase; ou

II - as alegações idênticas para substâncias diferentes forem reunidas numa única frase.

§ 2º O uso das alegações é opcional, exceto para os suplementos alimentares com probióticos ou com enzimas.

§ 3º Não são permitidas alegações relativas ao conteúdo e propriedades de aditivos alimentares e de coadjuvantes de tecnologia e relativas a propriedades dos ingredientes de que trata o art. 6º desta Resolução, salvo nos casos previstos pela legislação.”

Deve-se destacar, entretanto, que a Instrução Normativa 28/2018 foi alterada pela Instrução Normativa nº 102, de 15 de outubro de 2021. Por ocasião da alteração, houve modificação, inclusive, do Anexo V.

Em relação à ótica consumerista, não se pode olvidar que o ponto de partida do Código de Defesa do Consumidor é a afirmação do princípio da vulnerabilidade do consumidor, mecanismo que visa garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo. Nesta senda, merece destaque o art. 4º do CDC:

“Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo 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 bem como a transparência e harmonia das relações de consumo (...).”

Comentando a supracitada norma, afirma Cláudia Lima Marques[1] que:



“A idéia central é possibilitar uma aproximação e uma relação contratual mais sincera e menos danosa entre consumidor e fornecedor. Transparência significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido (...), significando lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo”.

Prevê ainda o Código de Defesa do Consumidor, como direitos básicos do consumidor (art. 6º), a proteção contra a publicidade enganosa, abusiva, métodos comerciais coercitivos e desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

Ainda, merecem transcrição os artigos 30 e 31 do CDC, que dispõem acerca da oferta:

“Art. 30 - Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.”

“Art. 31 - A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores”.

A publicidade enganosa, por sua vez, de acordo com o art. 37, § 1º, do CDC, assim é retratada:

“Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir



em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços."

A publicidade, portanto, deve ser sempre pautada na transparência e na veracidade, garantindo a lealdade e a boa-fé nas relações de consumo, não podendo o fornecedor se aproveitar da vulnerabilidade do consumidor, ferindo os valores sociais e econômicos da coletividade.

Sobre a propaganda enganosa, leciona Sergio Cavaliere Filho[2]:

"Depreende-se do conceito legal, todavia, que o elemento fundamental para a caracterização da publicidade enganosa será a sua capacidade de induzir em erro o consumidor a respeito de qualquer dado do produto ou serviço objeto da publicidade.

E o que é erro? Erro é a falsa representação da realidade. É juízo falso, enganoso, equivocado, incorreto que se faz de alguém ou de alguma coisa. Logo, será enganosa a publicidade capaz de levar o consumidor a fazer uma falsa representação do produto ou serviço que está sendo anunciado, um juízo equivocado, incorreto a respeito das suas qualidades, quantidade, utilidade, preço ou de qualquer outro dado.

(...)

Em suma, a pedra de toque para a caracterização da publicidade enganosa é a sua capacidade de induzir em erro o consumidor."

Com efeito, evidenciado no caso dos autos a prática de publicidade enganosa pela empresa ré que está agindo de modo a fazer com que os consumidores incidam em erro.

Diante disso, caracterizada a veiculação de publicidade enganosa pela empresa demandada, porquanto ofertou propaganda capaz de induzir em erro o consumidor.

Destarte, o amplo conhecimento acerca das condições do negócio traduzirá influência decisiva na opção do consumidor por contratar ou não um determinado



produto ou serviço. Somente assim terá o consumidor hipossuficiente condições de avaliar as vantagens e desvantagens do que está contratando, o que não ocorre no caso dos autos, diante das informações errôneas fornecidas pela empresa ré, as quais acabam por induzir o consumidor em erro.

Assim, impositiva a condenação da empresa ré a não mais veicular propaganda enganosa.

3 - DOS INTERESSES TUTELADOS:

O objetivo desta ação coletiva de consumo é compelir a ré às obrigações de fazer, não fazer e de indenizar, por violação das normas do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC), atingindo direitos coletivos stricto sensu e individuais homogêneos já violados, bem como visando à prevenção de danos aos interesses e direitos difusos dos consumidores.

Pretende-se a tutela jurisdicional para proteger o grupo de consumidores identificáveis que adquiriram produtos impróprios ao consumo no site da demandada e sofreram danos materiais ou morais pelo uso não adequado. Esses consumidores, que já sofreram prejuízos, representam, no que diz respeito à reparação de seus danos, os interesses individuais homogêneos (art. 81, parágrafo único, inc. III, do CDC).

Busca-se na ação, também, a tutela preventiva genérica e abstrata de todos aqueles consumidores que possam vir a adquirir os produtos fornecidos ilegalmente e que estão expostos às mesmas práticas. São protegidos, nesse caso, pela sua



indivisibilidade e indeterminação, os interesses ou direitos difusos, consubstanciados na inicial nos pedidos destinados a evitar as práticas ilegais e abusivas (art. 81, parágrafo único, inc. I, do CDC).

A coletividade de consumidores expostos a essas práticas abusivas é sujeito de direitos e interesses, ainda que não identificáveis, tudo em conformidade com o art. 29 do CDC. Em todas essas hipóteses a tutela aos consumidores é conferida ao Ministério Público pela Lei da Ação Civil Pública e pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor (art. 82, inc. I, do CDC e arts. 1º, inc. II, e 5º, da Lei nº 7.347/85).

4 - DA INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA:

Incide no caso, como instrumento processual de facilitação de defesa do consumidor, a regra da inversão do ônus da prova prevista no art. 6º, inc. VIII, do CDC [3], presentes a verossimilhança da alegação e a hipossuficiência do consumidor, pressupostos de sua aplicação.

Nesse sentido também o disposto no art. 373, §1º, do Código de Processo Civil:

“Art. 373. O ônus da prova incumbe:

I - ao autor, quanto ao fato constitutivo de seu direito;

II - ao réu, quanto à existência de fato impeditivo, modificativo ou extintivo do direito do autor.

§ 1º Nos casos previstos em lei ou diante de peculiaridades da causa relacionadas à impossibilidade ou à excessiva dificuldade de cumprir o encargo nos termos do caput ou à maior facilidade de obtenção da prova do fato contrário, poderá o juiz atribuir o ônus da prova de modo



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

MINISTÉRIO PÚBLICO

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR DE PORTO ALEGRE

Procedimento nº **00832.002.936/2021** — Inquérito Civil

diverso, desde que o faça por decisão fundamentada, caso em que deverá dar à parte a oportunidade de se desincumbir do ônus que lhe foi atribuído.”

Desse modo, requer o Ministério Público a inversão do ônus da prova, para que a parte ré assumira o ônus de se desincumbir das imputações de práticas abusivas noticiadas nesta petição inicial.

5 - DA TUTELA PROVISÓRIA:

A possibilidade de concessão liminar da tutela provisória nas ações coletivas, quando preenchidos os seus requisitos, é de extrema importância para salvaguardar direitos fundamentais dos consumidores.

O Código de Defesa do Consumidor prevê expressamente - art. 84, § 3º - a possibilidade de concessão de tutela liminar ou após justificação prévia, da mesma forma que o disposto na Lei nº 7.347/85, em seu art. 12. Esta possibilidade de concessão de tutela provisória, nas obrigações de fazer ou não fazer, permite que alguns dos efeitos do provimento final possam ser desde logo implementados. Pertinente a transcrição do artigo 84 do CDC:

“Art. 84. Na ação que tenha por objeto o cumprimento da obrigação de fazer ou não fazer, o juiz concederá a tutela específica da obrigação ou determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento.

§ 1º A conversão da obrigação em perdas e danos somente será admissível se por elas optar o autor ou se impossível a tutela específica ou a obtenção do resultado prático correspondente.



§ 2º A indenização por perdas e danos se fará sem prejuízo da multa (art. 287, do Código de Processo Civil).

§ 3º Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao juiz conceder a tutela liminarmente ou após justificação prévia, citado o réu.

§ 4º O juiz poderá, na hipótese do § 3º ou na sentença, impor multa diária ao réu, independentemente de pedido do autor, se for suficiente ou compatível com a obrigação, fixando prazo razoável para o cumprimento do preceito.

§ 5º Para a tutela específica ou para a obtenção do resultado prático equivalente, poderá o juiz determinar as medidas necessárias, tais como busca e apreensão, remoção de coisas e pessoas, desfazimento de obra, impedimento de atividade nociva, além de requisição de força policial.”

Nesse sentido, também o disposto no art. 300 do Código de Processo Civil:

“Art. 300. 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.”

No caso, presentes os requisitos legais para o deferimento de tutela de urgência. A probabilidade do direito foi revelada pelos documentos que instruíram o inquérito civil os quais demonstraram a prática de conduta abusiva.

O perigo de dano e o risco ao resultado útil do processo também se encontram presentes, diante da certeza da natural demora na tramitação de uma ação coletiva, circunstância que ensejaria a continuidade da prática abusiva empreendida pela ré, acarretando maiores danos aos consumidores.

Assim, requer o Ministério Público seja concedida a tutela provisória, nos seguintes termos:

a) seja determinado a ré que se abstenha, imediatamente, de ofertar ou veicular propagandas futuras (publicadas em rádio, televisão ou plataformas de internet) de



suplementos alimentares em desacordo com as normativas vigentes, e, sobretudo, que façam referência à cura ou prevenção de doenças, sendo permitidas apenas as afirmações previstas no Anexo V da Instrução Normativa nº 28/2018, com as alterações efetuadas pela Instrução Normativa nº 102/2021, ou de qualquer outro dispositivo legal ou normativo que venha a substituí-la;

b) seja determinado a ré que efetue a adequação, nos termos da alínea anterior, no prazo máximo de 15 (quinze) dias, de todas as publicidades já existentes (veiculadas no site da empresa ou por meio de quaisquer de seus canais de venda);

c) seja determinado a ré que efetue a adequação, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, de todos os rótulos de seus produtos que tenham por característica suplementar a alimentação, de acordo com as normativas vigentes, sendo permitidas apenas as afirmações previstas no Anexo V da Instrução Normativa nº 28/2018, com as alterações efetuadas pela Instrução Normativa nº 102/2021, ou de qualquer outro dispositivo legal ou normativo que venha a substituí-la, sob pena de recolhimento dos produtos;

d) seja cominada pena de multa, no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), por hipótese de descumprimento dos pedidos dispostos nas alíneas "a" e "c", bem como pena de multa de R\$ 1.000,00 (hum mil reais), a incidir por dia de permanência da publicidade irregular no site da empresa ou em quaisquer de seus canais de venda, devendo, em todas as hipóteses, ser a quantia corrigida monetariamente pelo IGPM ou índice similar que vier a substituí-lo.

6. DOS PEDIDOS:



Diante do exposto, o Ministério Público requer a procedência integral da ação, acolhendo-se os seguintes pedidos:

a) seja tornada definitiva a tutela provisória deferida, inclusive a multa pelo seu descumprimento, cujo valor reverterá para o Fundo para Reconstituição de Bens Lesados – FRBL de que trata a Lei Estadual nº 14.791/2015;

b) condenação genérica da requerida à obrigação de indenizar, da forma mais ampla e completa possível, os danos materiais e morais causados aos consumidores individualmente considerados, decorrentes das práticas abusivas mencionadas nesta ação, conforme determina o art. 6º, inc. VI, e art. 95, ambos do CDC;

c) a imposição de obrigação de fazer à requerida, consistente em publicar nos jornais Zero Hora e Correio do Povo, no prazo de quinze dias do trânsito em julgado da sentença, em três dias alternados, nas dimensões de 20cm X 20cm, e, ainda, **na página inicial do site da empresa, atualmente www.oitisuplementos.com.br, pelo prazo de trinta dias ininterruptos, em anúncio equivalente a 30% do leiaute total da página**, a parte dispositiva de eventual sentença de procedência. para que os consumidores tomem ciência da mesma, as quais devem ser introduzidas com a seguinte mensagem: “Acolhendo pedido veiculado em ação coletiva de consumo ajuizada pela Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor do Ministério Público, o juízo da []ª Vara Cível da Comarca de Porto Alegre condenou a empresa **MICHEL SERVIÇOS LTDA.**, nome fantasia **OITI SUPLEMENTOS ALIMENTARES**, nos seguintes termos: []”. O pedido tem como finalidade servir como mecanismo de educação e informação aos consumidores e fornecedores quanto aos direitos e deveres, em atenção ao princípio do art. 4º, inc. IV, do mesmo diploma legal;



d) para o caso de descumprimento do pedido contido no item “c”, requer seja cominada multa diária de R\$ 1.000,00 (mil reais), revertendo o numerário arrecadado para o Fundo para Reconstituição de Bens Lesados – FRBL de que trata a Lei Estadual nº 14.791/2015.

7. DOS REQUERIMENTOS FINAIS:

a) o Ministério Público não se opõe à realização da audiência judicial de tentativa de acordo prevista no artigo 334 do Código de Processo Civil;

b) requer o deferimento de todos os meios de prova em direito admitidas, inclusive o depoimento pessoal dos representantes legais da requerida, se necessário, bem como a declaração da inversão do ônus da prova, com base no art. 6º, inc. VIII, do CDC, nos termos desta petição;

c) a condenação da requerida ao pagamento das despesas decorrentes do ônus da sucumbência, exceto honorários advocatícios, pois incabíveis na espécie;

d) requer seja publicado edital no órgão oficial, a fim de que os interessados possam intervir no processo, caso queiram, nos termos do art. 94 do CDC.

Dá-se à causa o valor de alçada.



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

MINISTÉRIO PÚBLICO

PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR DE PORTO ALEGRE

Procedimento nº **00832.002.936/2021** — Inquérito Civil

Porto Alegre, 05 de abril de 2022.

Rossano Biazus,
Promotor de Justiça.

[1] Marques, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo. Revista dos Tribunais. 1998, p. 286.

[2] Programa de Direito do Consumidor. 2.^a ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 124-125

[3] "Art. 6º São direitos básicos do consumidor:(...)

VIII – 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 experiência."

Nome: **Rossano Biazus**
Promotor de Justiça — 3427749
Lotação: **Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor de Porto Alegre**
Data: **05/04/2022 17h10min**

Documento eletrônico assinado por login e senha (Provimento nº 63/2016-PGJ).

Documento assinado digitalmente por (verificado em 18/05/2022 14:38:01):

Nome: **RIO GRANDE DO SUL PROCURADORIA GERAL DE JUSTICA**

Data: **05/04/2022 17:10:03 GMT-03:00**

Documento eletrônico assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2/2001 de 24/08/2001, que institui a infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil. A conferência de autenticidade do documento está disponível no endereço eletrônico:

"<http://www.mprs.mp.br/autenticacao/documento>"

informando a chave **000015278336@SIN** e o CRC **25.4825.9705**.

1/1