EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) DOUTOR(A) JUIZ(A) DE DIREITO DA VARA JUDICIAL DA COMARCA DE CAMPINA DAS MISSÕES/RS

O **MINISTÉRIO PÚBLICO**, por sua agente signatária, no uso de suas atribuições legais, com fulcro no art. 127; art. 129, inc. II; art. 196, art. 197 e art. 227, todos da CF; art. 107, art. 241 e art. 260 da CE; art. 25, inc. IV, letra 'a', da Lei nº 8.625/93 (Lei Orgânica Nacional do Ministério Público); e art. 82, inc. I, da Lei nº 8.078/90 (CPDC); embasado no inquérito Civil 00940.000.021/2021 (anexo), vem à presença de Vossa Excelência propor a presente

AÇÃO CIVIL PÚBLICA, para defesa dois interesses coletivos dos consumidores em face de publicidade enganosa

contra:

FÁBIO ANDRÉ WEBER WILCHEN, natural de Porto Xavier - RS, nascido em 10 /10/1985, filho de Ceno Wilchen e Maria Lúcia Weber Wilchen, CPF 006.357-020-37, RG 7087179508, brasileiro, residente na Rua Cruz Alta, n. 476, CEP 98920-000, Horizontina - RS, telefone 55 9811-7567,

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

FÁBIO ANDRÉ WEBER WILCHEN, CNPJ 07.858.823/0001-00, sediada em Rua Chafariz, 1027, Bairro Centro, CEP 98920-000, Horizontina -RS, pelos seguintes fatos e fundamentos a seguir expostos:

I - DOS FATOS:

No mês de maio de 2021, a Promotoria de Justiça de Campina das Missões instaurou o Inquérito Civil n. 00940.000.021/2021 em face dos requeridos, o qual teve como objeto investigar a prática de publicidade enganosa pela microempresa FÁBIO ANDRÉ WEBER WILCHEN (UNIALCE ESCOLA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL), por meio de oferta, em rede social, do curso "Programa Profissional Aprendiz", realizado no Município de São Paulo das Missões no ano de 2020.

O referido procedimento foi instaurado a partir de cópia dos inquéritos policiais 150/2.20.0000410-6 e 150/2.20.0000411-4 (evento 0002), instaurados em face de Fábio pela Delegacia de Polícia Civil de São Paulo das Missões/RS, a fim de apurar a prática do delito previsto no artigo 67, *caput*, da Lei n.º 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), ocorrido no dia 18 de setembro de 2020, por volta das 10h, através de publicação via aplicativo *Facebook*, na Rua Gustavo Langsh, n.º 283, Centro de São Paulo das Missões/RS.

A partir dos elementos de prova que instruem o inquérito civil, restou esclarecido que os investigados praticaram conduta lesiva aos direitos dos consumidores de São Paulo das Missões e da região, uma vez que o requerido Fábio, por meio de sua empresa, praticou propaganda enganosa consistente em divulgar a realização do curso “Programa Profissional Aprendiz”, “sem taxa de matrícula” e “sem

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

mensalidade" (evento 0002, p. 13); porém, no momento em que os consumidores realizavam a inscrição, eram cobrados valores, representados por R$ 80,00, no ato da matrícula, além de ser entregue um carnê contendo 12 boletos bancários de R$ 99,90, cada.

Ademais, deve-se salientar que a propaganda referia a existência de 26 "bolsas" de qualificação e, além disso, posteriormente, os consumidores receberam mensagens da empresa informando que seu cadastro feito na campanha do Facebook foi um dos selecionados para uma bolsa de estudos já liberada em seu nome pelo programa (evento 0002, pp. 25 e 52), situação que, certamente, induziu os consumidores em erro.

Em seu interrogatório em sede policial, o investigado relatou que o curso é divulgado no facebook, sendo que os interessados se inscrevem na rede social e depois os alunos selecionados recebem convite pelo whatsapp para comparecerem no Sindicato Rural para participar do projeto, momento em que recebem explicação acerca do curso, inclusive de que terão que efetuar pagamento para o suporte pedagógico. Antes de efetivada a inscrição no curso, os presentes são questionados sobre o interesse em participado projeto nestes moldes.

As vítimas Mikael Dapper Arnold (evento 0002, p. 40) e Sandriele Berge Rodrigues (evento 0002, pp. 7 e 16), em seus depoimentos prestados na Delegacia de Polícia, corroboraram as informações acerca da propaganda abusiva/enganosa praticada pelos requeridos, no sentido de que, após ser ofertado, via facebook, curso de jovem aprendiz, sem taxa de matrícula, sem mensalidade, após efetuar a inscrição, foi efetuada cobrança de treze parcelas via boleto bancário.

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

Ocorre que, em que pese concedidas oportunidades aos requeridos para firmatura de termo de compromisso de ajustamento de conduta, esses afirmaram não possuir interesse em firmar o TAC (eventos 0028 e 0032).

Diante de tais fatos e frente à necessidade de reparar os danos praticados aos consumidores e evitar que condutas semelhantes ocorram, não vislumbrou o Ministério Público outra alternativa que não o ajuizamento da presente ação coletiva de consumo.

II - DOS FUNDAMENTOS JURÍDICOS

- DA PUBLICIDADE ENGANOSA

O ponto de partida do Código de Proteção e 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. 4° da Lei nº 8.078/90 (CPDC):

> 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 (...).

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.

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

Ainda, merecem transcrição os arts. 30 e 31 do CPDC, 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.

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

> Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.
>
> § 1° 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 veiculação de publicidade enganosa consiste em prática ilícita, consoante dispõe o art. 14, caput, do mesmo diploma legal, que assim dispõe:

> Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

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 ou prestador de serviço se aproveitar da vulnerabilidade do consumidor, ferindo os valores sociais e econômicos da coletividade.

Com efeito, evidenciado no caso dos autos a prática de publicidade enganosa pelos requeridos, que agiram de modo a fazer com que os consumidores incidam em erro. Referida prática abusiva decorreu de seus anúncios publicitários veiculados no Facebook, consistente em divulgar a realização do curso "Programa Profissional Aprendiz", "sem taxa de matrícula" e "sem mensalidade" ; porém, no momento em que os consumidores realizavam a inscrição, eram cobrados valores.

Diante disso, caracterizada a veiculação de publicidade enganosa pelos demandados, porquanto ofertaram, repita-se, propaganda capaz de induzir em erro o consumidor.

Destarte, o amplo conhecimento acerca das condições do produto traduzirá influência decisiva na opção do consumidor por adquiri-lo. 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, as quais acabam por induzir o consumidor em erro.

Assim, impositiva a condenação dos demandados a não mais veicular propaganda enganosa.

- DOS INTERESSES TUTELADOS

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

O objetivo da ação é a condenação dos demandados a indenizar os consumidores lesados, já que violadas as normas do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, por atingirem direitos difusos e direitos individuais homogêneos.

Pretende-se a tutela jurisdicional para proteger o grupo de consumidores identificáveis que, ao vincularem-se às ofertas dos demandados, acreditaram na sua publicidade, ensejando a frustração das legítimas expectativas dos consumidores de boa-fé. Esses consumidores que já sofreram prejuízos decorrentes destas práticas abusivas representam, no que diz respeito à reparação de seus danos, os interesses individuais homogêneos (art. 81, parágrafo único, inc. III, do CPDC).

Em nítida quebra do princípio da confiança e ofensa às regras norteadoras das relações de consumo, agiram os demandados com indiferença na solução dos problemas relatados.

Assim, perfeitamente possível a condenação (mesmo que) genérica da demandada pela violação aos direitos individuais homogêneos, nos termos do art. 95 do CPDC.

Pretende-se, também, a tutela preventiva, genérica e abstrata de todos aqueles que, embora não tenham contratado com os demandados, estão expostos às mesmas práticas, já suportadas por outros consumidores, o que se caracteriza como tutela de direitos difusos (art. 81, parágrafo único, inc. I, do CPDC).

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

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

do CPDC. 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 CPDC e arts. 1°, inc. II, e 5º, da Lei n° 7.347/85).

Postula-se, desse modo, a reparação dos interesses difusos (doutrinariamente também denominado como dano moral coletivo), por terem sido atingidas as convicções, confiança e impressões subjetivas de um número indeterminável de pessoas, representando o dano moral coletivo, expressamente previsto no art. 6°, inc. VI, do CPDC, cujos valores deverão ser destinados ao Fundo para Reconstituição de Bens Lesados – FRBL de que trata a Lei Estadual nº 14.791/15.

De ressaltar que o dano moral coletivo prescinde da prova da dor, sentimento ou abalo psicológico sofrido pelos indivíduos. Como transindividual, manifesta-se no prejuízo à imagem e moral coletivas e sua averiguação deve pautar-se nas características próprias aos interesses difusos e coletivos.

Ademais, os fatos transgressores que se pretendem tutelar nesta ação coletiva de consumo, a partir do momento que frustram as legítimas expectativas do consumidor, apresentam significância e desbordam dos limites da tolerabilidade. A publicidade enganosa é grave o suficiente para produzir intranquilidade social e alterações relevantes na ordem extrapatrimonial coletiva.

- A IMPOSIÇÃO DA CONTRAPROPAGANDA

A veiculação de publicidade enganosa, por si só, já causou lesão à coletividade de consumidores. Assim, há necessidade de que seja veiculada contrapropaganda com o objetivo de informar os consumidores que os requeridos não poderão veicular publicidade/propaganda enganosa.

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

Com efeito, tal imposição visa retirar as impressões negativas ocasionadas pela publicidade enganosa perpetrada aos consumidores, além de restabelecer a harmonia e a confiança no mercado de consumo. Também pode ser considerada como uma forma de recomposição do dano moral coletivo, previsto expressamente no art. 6º, inc. VI, do CPDC.

Nesse sentido, vale transcrever o entendimento de ANTÔNIO HERMAN DE VASCONCELLOS E BENJAMIN (Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos autores do Anteprojeto, editora Forense Universitária, 1999, p. 303) acerca da importância da contrapropaganda:

> Sempre a expensas do infrator, efetua-se como divulgação no mesmo veículo de comunicação utilização e com as mesmas características empregadas, no que refere à duração, espaço, local e horário. Vem expressamente prevista no Código. Seu objetivo é fulminar a força persuasiva da publicidade enganosa ou abusiva, mesmo após a cessação de sua veiculação.
>
> (...)
>
> A contrapropaganda nada mais é que uma publicidade obrigatória e adequada que se segue a uma publicidade voluntária, enganosa ou abusiva. Seu objetivo é "lavar" a informação inadequada da percepção do consumidor, restaurando, dessa forma a realidade dos fatos."

- DA INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA

Incide no caso, também, como instrumento processual de facilitação de defesa do consumidor, a regra da inversão do ônus da prova prevista no art. 6°, inc. VIII, do CPDC, presentes a verossimilhança da alegação e a hipossuficiência do consumidor, pressupostos de sua aplicação:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:(...)

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

> 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.

Nesse sentido também o disposto no art. 373, §1º, do CPC / 2015:

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 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."

III - DOS PEDIDOS:

Isso posto, o Ministério Público requer:

a) o recebimento desta petição inicial com os documentos que a instruem;

b) a citação dos demandados;

c) a procedência do pedido para condenar os demandados a:

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

c.1.) 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. 6°, inc. VI, e art. 95, ambos do CPDC;

c.2) obrigação de indenizar os danos causados aos direitos e interesses difusos (art. 2º, parágrafo único, e art. 29, ambos do CPDC), decorrentes do abalo à harmonia nas relações de consumo e da exposição da coletividade às práticas abusivas levadas a efeito pelos demandados, dano moral coletivo previsto no art. 6°, inc. VI, do CPDC - cujo valor reverterá ao o Fundo para Reconstituição de Bens Lesados – FRBL de que trata a Lei Estadual nº 14.791/15;

c.3) obrigação de não fazer, consistente em abster-se de veicular qualquer tipo de publicidade, especialmente por meio de redes sociais, internet, divulgação de áudio, encartes, placas ou outdoor, que seja inteira ou parcialmente falsa, ou possam induzir em erro o consumidor, adotando as diligências adequadas para facilitar a compreensão da oferta mediante divulgação de informação suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação, com relação a produtos e serviços oferecidos, sob pena de multa de R$10.000,00 por evento;

c.4) obrigações de fazer consistentes em: 1) realizar contrapropaganda, fazendo publicar na rede social Facebook, na página da "UNIALCANCE ESCOLA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL", 02 (duas) vezes por semana, pelo período de 30 dias, anúncio informando aos consumidores que, conforme sentença proferida em ação civil pública ajuizada pela Promotoria de Campina das Missões, a "UNIALCANCE ESCOLA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL" não poderá realizar publicidade/propaganda enganosa, sob pena de incidir em multa de R$ 10.000,00, por evento, devendo as eventuais

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

denúncias de descumprimentos serem dirigidas à Promotoria de Justiça de Campina das Missões, 2) expor a referida nota em local visível na sede na empresa, em formato A4, pelo prazo de 1 ano;

d) Para o caso de descumprimento do pedido contido no item "c", requer seja cominada multa diária de R$ 1.000,00 (um mil reais), revertendo o numerário arrecadado para o Fundo para Reconstituição de Bens Lesados – FRBL de que trata a Lei Estadual nº 14.791/15;

e) Tendo em vista que frustrada a tentativa de autocomposição extrajudicial, requer seja dispensada a realização da audiência prevista no art. 344 do CPC / 2015;

f) A produção de todo o gênero de provas em direito admitidas;

g) A inversão do ônus da prova em favor do autor, frente à impossibilidade ou a excessiva dificuldade de se cumprir o encargo de demonstrar os fatos constitutivos do direito, ou vez que verificada maior facilidade de obtenção da prova por parte dos requeridos, bem como, como decorrência, o custeio e adiantamento de eventuais honorários periciais pelos requeridos, já por ocasião do despacho saneador, com base no art. 373, §1º, do CPC / 2015 e no art. 6º, inc. VIII, do CPDC;

h) A condenação dos demandados ao pagamento das despesas decorrentes do ônus da sucumbência, exceto honorários advocatícios, pois incabíveis na espécie;

i) 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 CPDC.

Dá-se à causa o valor de alçada

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801

Campina das Missões, 21 de setembro de 2022.

Ana Paula Mantay,
Promotora de Justiça.

Nome: **Ana Paula Mantay**
Promotora de Justiça — 3443418
Lotação: **Promotoria de Justiça Especializada de Santa Rosa**
Data: **21/09/2022 16h05min**

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

Documento assinado digitalmente por (verificado em 03/10/2022 13:04:02):

Nome: **RIO GRANDE DO SUL PROCURADORIA GERAL DE JUSTICA**
Data: **21/09/2022 16:05:25 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 **000019652796@SIN** e o CRC **5.4072.0801**.

1/1

Documento assinado digitalmente · Chave: 000019652796@SIN · CRC: 5.4072.0801