



ESTADO DE SANTA CATARINA
PODER JUDICIÁRIO
Vara da Fazenda Pública da Comarca de São José

Rua Domingos André Zanini, 380 - Bairro: Barreiros - CEP: 88117-905 - Fone: 88117-905 - Email: saojose.fazenda@tjsc.jus.br

AÇÃO CIVIL PÚBLICA CÍVEL Nº 5015732-26.2022.8.24.0064/SC

AUTOR: CONSELHO BRASILEIRO DE OFTALMOLOGIA

RÉU: VTURB LTDA

SENTENÇA

O Conselho Brasileiro de Oftalmologia (CBO) ajuizou Ação Civil Pública, com pedido liminar, contra VTURB LTDA, objetivando "que o requerido retire do ar o site, vídeo e plataforma de venda do produto "Protocolo Visão Cristalina", para que cesse a propaganda enganosa (fake news) e o risco à saúde pública imediatamente".

Sustentou, em síntese, que, a requerida é uma empresa que utiliza de sites/plataformas para venda de produtos. Ocorre que está realizando propagandas enganosas, com a venda de um produto chamado "PROTOCOLO VISÃO CRISTALINA".

Aduziu que a propaganda veiculada conta com a "assinatura médica" de Gustavo Halbert, porém, não foi possível encontrar nenhum registro profissional com referido nome no Conselho Federal de Medicina (CFM).

Concluiu categoricamente: "o produto que está sendo vendido por meio da plataforma do requerido e as informações lá ventiladas, ferem de morte o código de defesa do consumidor, prometem curas milagrosas por meio de chás, alegações que não se sabe se tem base científica, inicialmente aparentando vender um chá propriamente dito e ao final do vídeo descobre-se que o produto é um livro/protocolo de receitas" (evento 1, INIC1).

A medida liminar restou deferida (evento 15, DOC1).

O réu, citado, deixou decorrer *in albis* o prazo para resposta (evento 20).

A parte ré, extemporaneamente, apresentou peça de defesa (evento 29, DOC1).

Manifestou-se o autor à guisa de réplica (evento 33, DOC1).

Por fim, o Ministério Público exarou parecer nos termos do artigo 5º, §1º, da Lei n. 4.347/1985, c/c os artigos 178 e 179, inciso I, ambos do Código de Processo Civil, pugnando pela procedência da ação (evento 37, DOC1).

Vieram os autos conclusos. **Decido.**

I – Revelia

Conforme o artigo 344 do Código de Processo Civil, o requerido é revel: conquanto citado, deixou decorrer em branco o prazo para contestar (evento 20).

Muito embora tenha se manifestado posteriormente, aplica-se o efeito material da revelia (presunção de veracidade das alegações de fato formuladas pelo autor) previsto no artigo 344 do Código de Processo Civil, visto que nenhuma das hipóteses do artigo 345 foram verificadas na espécie.

II – Mérito

Trato de Ação Civil Pública ajuizada pelo Conselho Brasileiro de Oftalmologia (CBO) em face de VTURB LTDA, pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ nº 42.381.082/0001-01, objetivando "que o requerido retire do ar o site, vídeo e plataforma de venda do produto "Protocolo Visão Cristalina", para que cesse a propaganda enganosa (fake news) e o risco à saúde pública imediatamente".

A procedência da ação é medida de rigor, sobretudo porque não houve alteração fático-jurídica após a prolação do *decisum* que deferiu a liminar (evento 15, DESPADEC1). Pelo contrário, a participação do Ministério Público como fiscal da lei (e colegitimado ativo concorrente ou disjuntivo) só veio a reforçar aquela razão de decidir.

Conforme já tive oportunidade de ressaltar, a legislação pátria, na proteção de direitos e interesses, consagra o princípio da vulnerabilidade do consumidor, conforme disposto no artigo 4º, inciso I, da Lei n. 8.078/90 (CDC).



Cuida-se do reconhecimento positivo e formal da condição de fragilidade interna do cidadão nas relações jurídicas de consumo, decorrente diretamente da aplicação do princípio da igualdade sob o viés material, consagrado no artigo 5º, *caput* e inciso I, da Constituição da República.

Colhe-se da doutrina especializada:

reconhecendo-se a desigualdade existente, busca-se estabelecer uma igualdade real entre as partes nas relações de consumo. Logo, o princípio da vulnerabilidade, expresso no art. 4º, I, do CDC, é também um princípio estruturante do seu sistema, na verdade o elemento informador da Política Nacional de Relações de Consumo. As normas do CDC estão sistematizadas a partir dessa ideia básica de proteção de um determinado sujeito: o consumidor, por ser ele vulnerável. A vulnerabilidade, diz Antonio Herman Benjamin, é a peça fundamental do direito do consumidor, o ponto de partida de toda a sua aplicação. (CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de direito do consumidor. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019. p. 56).

O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, elenca os direitos básicos do consumidor:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; [...]

Especificamente sobre o conceito de publicidade enganosa, o mesmo Código de Defesa do Consumidor estabelece: qualquer modalidade de informação ou de comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou por qualquer modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor sobre a natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço ou qualquer outros dados referentes a bens ou a serviços (art. 37, § 1º).

O Ministro Antonio Herman Benjamin, em obra doutrinária sobre o tema, explica:

O legislador demonstrou colossal antipatia pela publicidade enganosa. Compreende-se que assim seja. Esse traço patológico afeta não apenas os consumidores, mas também a sanidade do próprio mercado. 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 legislador, reconhecendo a complexidade e dinamismo da matéria, preferiu conceituar de maneira larga o que seja publicidade enganosa. Fica, de qualquer modo, como fundamento de sua proibição, o reconhecimento de que o consumidor tem direito de ordem pública - a não ser enganado, direito este agora adotado pelo Direito brasileiro (Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. 9. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 337/338).

Claudia Lima Marques, por sua vez, ensina:

A característica principal da publicidade enganosa, segundo o CDC, é ser suscetível de induzir ao erro o consumidor, mesmo através de suas "omissões". A interpretação dessa norma deve ser necessariamente ampla, uma vez que o "erro" é a falsa noção da realidade, falsa noção esta potencial formada na mente do consumidor por ação da publicidade. Parâmetro para determinar se a publicidade é ou não enganosa deveria ser o observador menos atento, pois este representa uma parte não negligenciável dos consumidores e, principalmente, telespectadores (Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, 3ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 737/738).

A presente irresignação partiu do Conselho Brasileiro de Oftalmologia, órgão de classe que tem legitimidade não apenas processual, mas principalmente científica para questionar os métodos e a fórmula vendida por meio da publicidade que aqui se qualifica de enganosa.

É o quanto basta em cognição exauriente para arrimar a decisão judicial de interrupção da propaganda.

Os efeitos deletérios no mercado de consumo se propagam a olhos vistos (aqui não se faz nenhum trocadilho jocoso com a situação, que é por demais séria), motivo pelo qual as intervenções judiciais devem primar sempre pela cautela.

Vale gizar desde logo que o Código de Defesa do Consumidor não exige prova da "enganosidade" real, bastando o mero engodo potencial (capacidade de indução ao erro). E mais: é desnecessário perquirir o *animus* ou estado mental do anunciante (se está de boa ou má-fé), uma vez que a avaliação, especialmente para fins preventivos, é apreciada objetivamente.

A doutrina acrescenta: *"alegações ambíguas, parcialmente verdadeiras ou até literalmente verdadeiras podem ser enganosas; o silêncio como ausência de informação positiva pode ser enganoso; uma prática pode ser considerada normal e corriqueira para um determinado grupo de fornecedores e, nem por isso, deixar de ser enganosa; o standard da enganosidade não é fixo, variando de categoria a categoria de consumidores [...]" (Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. 9. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 337/338).*

Por fim, é importante gizar que a presente ação versa sobre responsabilidade em face de publicidade enganosa ou abusiva, sendo ela solidária de todos aqueles que participam da cadeia de fornecimento, consoante prescreve o artigo 7º, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor: "*Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo*".

Em termos mais claros: respondem todos aqueles que ajudaram a colocar o produto no mercado, desde o fabricante, o distribuidor, e até mesmo o comerciante (que contratou com o consumidor). A cada um deles é imputada a responsabilidade pela garantia de qualidade-adequação do produto.

Emoldurada a *quaestio* nos contornos acima delineados, a procedência parcial da ação resta como medida de rigor.

Diante do exposto, com fulcro no artigo 487, inciso I, do Código de Processo Civil, **julgo procedentes** os pedidos formulados pelo **Conselho Brasileiro de Oftalmologia (CBO)** na presente Ação Civil Pública movida contra **VTURB LTDA** para **condenar o requerido a retirar imediatamente (ou manter fora) do ar site, vídeo e plataforma de venda do produto "Protocolo Visão Cristalina"**, fazendo cessar a propaganda enganosa e o risco à saúde pública imediatamente, sob pena de multa-diária que arbitro em R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

A medida liminar, portanto, resta confirmada, o que implica a não incidência de efeito suspensivo automático em caso de recurso de apelação (art. 1.012, §1º, V, CPC).

Condeno o requerido ao pagamento das custas judiciais e dos honorários advocatícios sucumbenciais, que fixo no importe de 10% (dez por cento) sobre o valor da causa, totalizando R\$ 1.000,00 (mil reais), nos termos do artigo 85, §2º, do Código de Processo Civil.

Publique-se. Registre-se. Intimem-se.

Documento eletrônico assinado por **OTAVIO JOSE MINATTO, Juiz de Direito**, na forma do artigo 1º, inciso III, da Lei 11.419, de 19 de dezembro de 2006. A conferência da **autenticidade do documento** está disponível no endereço eletrônico https://eproc1g.tjsc.jus.br/eproc/externo_controlador.php?acao=consulta_autenticidade_documentos, mediante o preenchimento do código verificador **310055151548v6** e do código CRC **8ce00acc**.

Informações adicionais da assinatura:
Signatário (a): OTAVIO JOSE MINATTO
Data e Hora: 22/2/2024, às 16:17:45

5015732-26.2022.8.24.0064

310055151548.V6