



PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO PARANÁ
COMARCA DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA - FORO CENTRAL DE CURITIBA
3ª VARA CÍVEL DE CURITIBA - PROJUDI
Av. Cândido de Abreu, 535 - 3º Andar - Centro Cívico - Curitiba/PR - CEP: 80.530-906

Autos nº. 0003786-67.2019.8.16.0001;

I - O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PARANÁ, parte autora, devidamente qualificada, move **AÇÃO CIVIL PÚBLICA** em face de **PREVILEGE INTERMEDIÇÃO COMERCIAL E COBRANÇAS EIRELI – ME**.

Relata que recebeu denúncias acerca de irregularidades possivelmente praticadas pela ré na publicidade da prestação de serviço ofertada, qual seja, o auxílio e assessoria frente ao INSS para recebimento de salário maternidade, bem como quanto ao teor do contrato, pois inclui cláusulas abusivas.

Informa que a ré omite dos consumidores informações relevantes como o fato de que tais serviços são ofertados de forma gratuita pelo INSS, não necessitando a intervenção de terceiros para solicitação/tramitação dos processos administrativos.

Aduz que os honorários cobrados pela ré para prestação de serviços chegam a 40% (quarenta por cento) dos eventuais valores percebidos pelos consumidores se deferido o benefício, bem como o contrato ainda abrange clausula penal de R\$2.000 (dois mil reais), caso o consumidor desista sem motivo em relação ao contrato.

Assevera que o PROCON/PR listou a existência de 9 (nove) ações judiciais promovidas em face da Ré.

Liminarmente requer que a parte ré:

- a. Regularize imediatamente a publicidade veiculada em rádios, jornais, panfletos, site e em quaisquer outros meios, no prazo de 10 (dez) dias, a fim de informar as consumidoras interessadas em requerer a concessão do salário-maternidade que esse tipo de serviço é facultativo, já que prestado gratuitamente pelo INSS e deixem de mencionar os valores que as consumidoras teriam a receber, pois trata-se de valor incerto;
- b. Independente da adequação da publicidade, esclareça às consumidoras por meio de carta, informativo ou avisos no site e página do Facebook, entre outros meios, que o serviço prestado é facultativo, pois oferecido de forma gratuita pelo INSS;
- c. Faça constar em termo, a fazer parte dos novos contratos, que as consumidoras manifestam expressa ciência de que o benefício relativo ao salário-maternidade pode ser requerido gratuitamente pelas próprias consumidoras frente ao INSS;
- d. Promova a exclusão/abstenção do nome de todas as consumidoras dos órgãos de restrição ao crédito;



e. Promova a adequação das cláusulas contratuais, nos termos do disposto no item a.5 da inicial.

II - É o indispensável a ser relatado.

Trata-se de pedido de tutela antecipada formulado em petição inicial íntegra.

Verifico que a pretensão se amolda ao conceito de tutela de urgência, sendo uma das modalidades da tutela provisória prevista no artigo 294 e seguintes do Novo Código de Processo Civil.

As tutelas provisórias (de urgência e de evidência) vieram sedimentar a teoria das tutelas diferenciadas, de modo a romper com o modelo neutro e único de processo ordinário de cognição plena. São provisórias porque as possibilidades de cognição do processo ainda não se esgotaram, o que apenas ocorrerá no provimento definitivo.

É cediço que uma tutela de urgência visa à antecipação dos efeitos de uma provável sentença favorável ao autor. Assim, estando presentes os requisitos insertos no artigo 300 do CPC/2015, pode o Juiz, antecipar os efeitos da sentença.

Para esta análise, mister que os seus elementos estejam presentes de forma cristalina, quais sejam: probabilidade do direito e perigo de dano ou risco ao resultado útil do processo, nos termos do artigo 300 do CPC/2015.

Quanto à verossimilhança do direito subjetivo, necessário se faz verificar se há no presente caso, em juízo de cognição sumária, a existência de prova inequívoca a comprovar a verossimilhança das alegações formuladas pela parte autora.

Em uma primeira análise passo a observar a prova inequívoca. Por isso entenda-se por prova inequívoca, nas palavras do Prof. J. J. Calmon de Passos, na obra *Inovações no Código de Processo Civil*, Forense, Rio de Janeiro, 1995. p.10, como: ***a do fato título da demanda (causa de pedir) que alicerça a tutela (pedido) que se quer antecipar.***

O Prof. J. E. Carreira Alvim – *Ação Monitória e Temas Polêmicos da Reforma Processual*, Del Rey, Belo Horizonte, 1995, p. 164 – também conceituou, esclarecendo que prova inequívoca ***deve ser considerada aquela que apresenta um grau de convencimento tal que, a seu respeito, não possa ser oposta qualquer dúvida razoável, ou, em outros termos, cuja autenticidade ou veracidade seja provável.***

Portanto, a prova inequívoca deve estar patente em toda a sua extensão, não sendo possível a presença de dúvidas, pois esta requer, pelo menos, uma grande probabilidade.

Já a verossimilhança, conforme o mesmo doutrinador, Carreira Alvim, significa que ***o juiz não depende necessariamente de prova, se a pretensão se assenta em fatos incontestes, não carentes de demonstração, caso em que a atividade cognitiva detém-se no simples exame do direito.***

E ainda acrescenta que: ***a esta altura, pode-se concluir que, diante de uma alegação, a***



verossimilhança se assenta num juízo de probabilidade, que resulta, por seu turno, da análise dos motivos que lhe são favoráveis (convergentes) e dos que lhe são contrários (divergentes). E os motivos convergentes são superiores aos divergentes, o juízo de probabilidade cresce; se os motivos divergentes são superiores aos convergentes, a probabilidade diminui.

A Ação Civil Pública proposta busca tutelar direito coletivo dos consumidores, a fim de que as campanhas publicitárias e os contratos emitidos pela ré observem as disposições do Código de Defesa do Consumidor, em razão das irregularidades na publicidade veiculada em sites e panfletos e nas cláusulas contratuais elencadas no contrato de prestação de serviços (seq. 1.6).

Claudia Lima Marques, Antônio Herman Benjamin e Bruno Miragem definem publicidade como “*toda informação ou comunicação difundida com o fim direto ou indireto de promover junto aos, qualquer que seja o local ou consumidores a aquisição de um produto ou a utilização de um serviço.*”^[1]

Desse modo, cumpre analisar se houve ilicitude na publicidade.

O artigo 37, parágrafo primeiro, do Código de Defesa do Consumidor elucida, *in verbis*:

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. – Grifou-se.

No panfleto, único meio de anúncio vinculado pela autora para análise, é possível verificar que constam as seguintes informações:

“**SALÁRIO MATERNIDADE: R\$2.515,00 em até 60 (sessenta) dias. Mãe que estava desempregada quando ganhou filho e que não tenha completado 5 anos. Também mãe que perdeu o bebê após o 6º mês pode cobrar desde que tenha no mínimo 1 dia de carteira assinada.**”

A omissão quanto a eventuais despesas e cobrança pelos serviços para a obtenção de benefício previdenciário, o qual é disponibilizado pelo INSS de forma gratuita e sem a necessidade de intermediário. Tem-se assim que, a publicidade veiculada pela requerida viola, em regra, as disposições contidas no diploma consumerista, quais sejam: arts. 31 e 37, § 1º, CDC, além do disposto no decreto 5.903/2006, nos arts. 2º, 3º e 9º, quando ao dever de informação.

O dever de observar a boa-fé na relação contratual é expresso no Código de Defesa do Consumidor, em seus artigos 4º e 51.

A boa-fé objetiva traz deveres anexos às partes na execução do contrato, como o dever de transparência e informação, que devem ser observados pelos contratantes antes, durante e depois da celebração do negócio.



Acerca do dever de informação, refere-se a doutrina:

“Os deveres de informação e de esclarecimento são aqueles que obrigam as partes a se informarem mutuamente de todos os aspectos atinentes ao vínculo, de ocorrências que, com ele tenham certa relação e, ainda, de todos os efeitos que, da execução, possam advir.” [2]

A respeito da publicidade enganosa por omissão, Fabio Ulhoa Coelho assevera que:

“(…) caracteriza-se essa forma de ilícito contra o consumidor a ausência de transmissão na peça publicitária de “dado essencial sobre o produto”. (...) é aquele relativo à qualidade, dado essencial, preço, condições de riscos ou qualquer outro aspecto do objeto em promoção, pagamento cujo conhecimento pode alterar a decisão do consumidor. Quer dizer, uma determinada informação é essencial (para fins de caracterizar sua falta a enganabilidade por omissão), quando o consumidor deixaria de adquirir a mercadoria anunciada se tivesse conhecimento dela antes de realizar sua opção.” [3]

Do conjunto probatório acostado, é possível concluir que a ré não observou os princípios norteadores do CDC, pois faltou com o dever de informação, na medida em que em seus anúncios não há indicações claras e precisas a respeito das condições e requisitos para deferimento do salário maternidade frente ao INSS, assim como a omissão referente ao fato de que tal serviço é prestado sem onerosidade pelo próprio órgão.

Relativamente ao pedido de exclusão/abstenção do nome das consumidoras envolvidas pelas supostas dívidas relacionadas aos honorários profissionais, cláusula penal, etc., dos órgãos de restrição ao crédito, por ora, pelo princípio da boa-fé, a alegação de que não há inadimplência das consumidoras que ensejem a inscrição de seu nome junto aos cadastros de proteção ao crédito, confere a plausibilidade do direito invocado, bem como vislumbro a presença do *periculum in mora*, consubstanciado nos prejuízos que poderão advir caso as consumidoras tenham seu nome mantido ou incluído nos cadastros de restrição ao crédito, haja vista que a negativação do nome do devedor traz prejuízos incomensuráveis ao seu patrimônio material e imaterial, sobretudo quando se sabe que, na sociedade contemporânea, condicionam-se os diferentes negócios jurídicos à constatação de "nome limpo" do contratante, ou seja, à inexistência de qualquer restrição em seu desfavor, nos diferentes serviços disponíveis para a proteção do crédito.

Outrossim, quanto ao pleito de alteração no contrato de prestação de serviços (seq. 1.6), entendo que tais mudanças não cumprem o requisito da urgência, bem como as irregularidades apontadas pelo autor dependem de instrução probatória.

Veja-se que a aferição do *“periculum in mora”* depende da constatação de que a não concessão do pedido liminar implicará ao requerente um dano que seja ao mesmo tempo: a) concreto (não hipotético ou



eventual), b) atual (na iminência de ocorrer ou já em curso) e c) grave (de grande ou médica intensidade, com o condão de prejudicar ou impedir a fruição de determinado direito pela parte), o que não se vislumbra no presente caso.

Isto porque, não há como dirimir, em juízo de cognição sumária, relativamente às cláusulas do contrato de prestação de serviços, nem as condições que as mesmas foram elaboradas e, posteriormente, assinadas pelas consumidoras.

Isto posto, **DEFIRO** os pedidos feitos em sede liminar para:

a. Regularize imediatamente a publicidade veiculada em rádios, jornais, panfletos, site e em quaisquer outros meios, no prazo de 10 (dez) dias, a fim de informar as consumidoras interessadas em requerer a concessão do salário-maternidade que esse tipo de serviço é facultativo, já que prestado gratuitamente pelo INSS e deixem de mencionar os valores que as consumidoras teriam a receber, pois trata-se de valor incerto.

b. Promova a exclusão/abstenção do nome de todas as consumidoras dos órgãos de restrição ao crédito.

c. Fixo o prazo de dez (10) dias para readequação sob pena de multa no valor de R\$ 50.000,00, a incidir independente de nova manifestação judicial.

Quanto aos demais pleitos constantes do pedido inicial verifico que merece uma análise mais pormenorizada, o que somente pode ser efetivada após a contestação. Assim relego a apreciação para após a apresentação de defesa.

Deve a Secretaria incluir em pauta a audiência de conciliação junto ao CEJUSC Curitiba com base no artigo 334 do CPC/2015 (Lysimaco Ferreira da Costa, nº 355).

Cite-se e intimem-se as partes, com antecedência mínima de 20 (vinte) dias (CPC, art. 334 "caput"), ficando elas cientes de que o não comparecimento injustificado à audiência implicará em ato atentatório à dignidade da justiça, sendo sancionado com multa (CPC, art. 334, §8º).

Consigne-se que a parte ré poderá oferecer contestação, por petição, no prazo de 15 (quinze) dias, a contar da audiência de conciliação que restar infrutífera, conforme preceitua o art. 335 do Código de Processo Civil. Ressalte-se que não havendo apresentação de defesa, por intermédio de advogado, implicará, sendo o caso (CPC, art. 345), na presunção de que admitiu como verdadeiros os fatos afirmados pela parte autora (CPC, art. 344).

Consigne-se, ainda, que, não havendo interesse na realização da audiência de conciliação pela parte ré, esta deverá informar, por petição, apresentada com 10 (dez) dias de antecedência, contados da data de audiência (CPC, art. 334, §5º).

Int...



[1] MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman, o meio de comunicação utilizado” MIRAGEM, Bruno. São Paulo: RT, 2003, p.470 –Comentários ao Código de Defesa do Consumidor

[2] (SILVA, Jorge César Ferreira da. A boa-fé e a violação positiva do contrato. São Paulo: Renovar, 2002. p.115.)

[3] COELHO, Fabio Ulhoa. Análise da ilicitude da publicidade de cigarros à luz do Código de Defesa do Consumidor. In: LOPEZ, Teresa Ancona (org). Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente. Rio de Janeiro: Renovar, 2009, p. 178).

Curitiba, data da assinatura digital.

IRINEU STEIN JÚNIOR
Juiz de Direito

