



MINISTÉRIO PÚBLICO DO RIO GRANDE DO NORTE

24ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR DA COMARCA DE NATAL
Av. Mal. Floriano Peixoto, 550, Centro- Natal/RN - CEP: 59.020-500 Fone/Fax: (0XX84) 3232-7171

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DE UMA DAS VARAS
CÍVEIS NÃO ESPECIALIZADAS DA COMARCA DE NATAL/RN, A QUEM COUBER
POR DISTRIBUIÇÃO LEGAL.**

CÓPIA

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**,
por intermédio da 24ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor da Comarca de Natal, Estado
do Rio Grande do Norte, com endereço na Avenida Mal. Floriano Peixoto, 550, Centro - Natal/RN -
CEP: 59.020-500, representada pelo seu Promotor de Justiça que ao final subscreve, vem perante
Vossa Excelência, propor a presente

AÇÃO CIVIL PÚBLICA

com fulcro nos artigos 129, inciso III da Constituição Federal; 82 da Lei nº 8.078/90; na Lei nº
7.347/85, e na Lei Orgânica do Ministério Público nº 141/96, em desfavor da **ART IMPLANT
SERVIÇOS ODONTOLÓGICOS LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no
CNPJ/MF nº 08.317.951/0001-09, com sede na Rua Joaquim Fagundes, nº 634, Tirol, Natal/RN,
tomando por base os fatos e as fundamentações jurídicas a seguir aduzidas:

SENTO DE CISTAS

I- DOS FATOS

1. Trata-se de Ação Civil Pública ajuizada pelo Ministério Público do Rio Grande do Norte em face da ART IMPLANT SERVIÇOS ODONTOLÓGICOS LTDA., sob o fundamento de publicidade enganosa consistente na divulgação de anúncio publicitário capaz de induzir em erro os consumidores quanto ao resultado do serviço a ser prestado.
2. Conforme consta das informações apuradas no Inquérito Civil nº 034/2011 J (anexo), instaurado por este Órgão Ministerial em decorrência de reclamação realizada, através de e-mail, pelo Sr. Italo Pinto, na qual relata que a empresa demandada está divulgando em site de compra coletiva imagens de resultados decorrentes de tratamento odontológico (clareamento dental), em clara afronta ao Código de Ética Odontológico e aos preceitos estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor, o que configura uma publicidade enganosa, visto que não se pode garantir um resultado neste caso, pois a tonalidade resultante do procedimento é bastante variável, conforme se pode verificar à fl. 03, 50-51, do referido inquérito civil.
3. Instada a se pronunciar acerca do caso em epígrafe, a ré informou à fl. 09, do referido inquérito civil, que as imagens veiculadas possuíam apenas caráter ilustrativo, não vinculando a fotografia a certeza de qualquer resultado obtido no tratamento odontológico. Ainda esclarece que a prática adotada é usual e corriqueira em outras inúmeras clínicas do país.
4. Em face do exposto, notificou-se o Conselho Regional de Odontologia e a Associação Brasileira de Odontologia para apresentar informações. Esta afirmou à fl.08, que a ré, além de cometer uma infração ética, tem responsabilidade objetiva pelo resultado garantido ao expor fotografias de resultado.
5. Por sua vez, o Conselho Regional de Odontologia do Rio Grande do Norte informou à fl. 45, que já havia tomado conhecimento da prática abusiva cometida pela demandada, tendo sido esta notificada para suspender a veiculação da publicidade, além de ter sido indiciada em procedimento administrativo (processo ético nº 55/2011), que encontra-se em trâmite no CRO RN. Compulsando o Inquérito Civil verifica-se à fl. 74, que referido processo ético foi julgado procedente, sendo aplicada a pena prevista no art. 40, I, do Código de Ética Odontológico, de



advertência confidencial em aviso reservado, além de multa pecuniária no valor de R\$ 353,78 (trezentos e cinquenta e três reais e setenta e oito centavos).

6. Mister acrescentar que já existe Ação Civil Pública impetrada pelo Conselho Regional de Odontologia do Estado do Rio Grande do Norte em desfavor de sítios de compras coletivas objetivando impedi-los de veicular publicidade contrária ao Código de Ética Odontológico e ao Código de Auto-Regulamentação Publicitária-CONAR, ao anunciar procedimentos odontológicos contendo preço, modalidades de pagamento e serviço gratuito.

7. Pelo exposto, considerando a lesividade da conduta perpetrada pela demandada, e primando este Órgão Ministerial pela defesa dos interesses coletivos, especialmente no que pertine aos direitos consumeristas, se interpõe a presente Ação Civil Pública, embasada nas linhas que passa a expor.

II – DOS FUNDAMENTOS JURÍDICOS

8. Em decorrência do que foi apurado na análise do caso concreto, observa-se que a conduta adotada pela ré afronta diversos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, bem como o Código de Ética Odontológico, ferindo interesses difusos, entendidos como aqueles transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato.

9. A divulgação de tratamento odontológico (clareamento dental), com imagens de resultado, em sites de compra coletiva, caracteriza método comercial desleal e prática abusiva, sendo a proteção contra estes um dos direitos básicos do consumidor, previsto no art. 6º, III e IV, do Código de Defesa do Consumidor, a seguir transcrito:

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 e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;



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.

10. Desta forma, a divulgação de imagens, com resultado de clareamento dental, induz ao erro o consumidor, que passa a acreditar que vai obter o mesmo resultado, caso faça o tratamento odontológico.

11. Igualmente, referida conduta contraria o disposto no art. 31, do Código de Defesa do Consumidor, que exige que “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”.

12. Neste sentido, o Decreto nº 2.187/97 considera prática infratora oferecer produtos e serviços sem informações claras, precisas e ostensivas sobre suas características, qualidade, composição, garantia. Assim, dispõe o art. 13, do referido Decreto, *in verbis*:

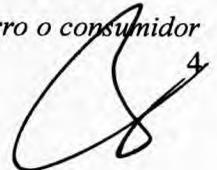
“Art. 13. Serão consideradas, ainda, práticas infrativas, na forma dos dispositivos da Lei nº 8.078, de 1990:

I - ofertar produtos ou serviços sem as informações corretas, claras, precisa e ostensivas, em língua portuguesa, sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, condições de pagamento, juros, encargos, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados relevantes”.

13. E mais. O Código de Defesa do Consumidor proíbe toda publicidade enganosa, definindo o que seja, nos termos do seu art. 39, § 1º, *in verbis*:

“Art. 37. (...)

§ 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, propriedade, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

14. A respeito do tema, segue jurisprudência:

CONSUMIDOR. VINCULAÇÃO. PUBLICIDADE. INFORMAÇÃO INADEQUADA. FRUSTRAÇÃO. DANO MORAL. É direito do consumidor o acesso a informações de fácil e imediata identificação, sendo vedada qualquer modalidade de informação inteira ou parcialmente falsa, ou por qualquer outra maneira, que induza o consumidor a erro, vinculando o fornecedor a ela, sempre que comprovado o interesse do consumidor na aquisição do bem, configurando dano moral ante a frustração e angústia suportada pela negativa do fornecedor. (TJRO; RIn 100.605.2007.000694-5; Rel. Juiz Marcos Alberto Oldakowski; DJERO 02/03/2009; Pág. 95).

15. Portanto, a inclusão de fotografias, com o resultado de tratamento odontológico, dificulta o dever de lisura e transparência por parte da clínica odontológica em questão, pois induz o consumidor a erro quanto à garantia do serviço, pois este passa a acreditar que vai obter o mesmo resultado.

16. Além disso, configura infração ao direito básico do consumidor, deixar de prestar, de forma clara, adequada e correta informações acerca de produtos e serviços ofertados, inclusive sua garantia. Ao anunciar seus produtos e serviços os fornecedores deverão fazê-lo da forma mais ampla, ou seja, que o consumidor possa entendê-la, de imediato e facilmente, sem a necessidade de qualquer interpretação.

17. Também é de se consignar que a demandada ao expor anúncio de tratamento odontológico (clareamento dental), com fotografias de resultado de tratamento, pratica infração ética prevista no art. 34, inciso III, do Código de Ética Odontológico.

18. Conclui-se, portanto, que a ré não respeitou um dos direitos básicos expostos no



5

Código de Defesa do Consumidor, que é a informação clara e adequada do serviço, sem induzir o consumidor a erro quanto à garantia deste. Além do que, violou o Código de Ética Odontológico.

II.1- Da violação ao princípio da informação, da boa-fé, transparência e liberdade de escolha

19. A informação, como um dos princípios norteadores das relações de consumo, tem como principal fundamento a educação e a harmonia de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e deveres, tudo com vistas à melhoria do mercado de consumo (art. 4º, IV, CDC).

20. O âmbito de abrangência do Princípio da Informação – consoante Antônio Carlos Efig – é amplo, já que engloba vários momentos da relação de consumo, razão pela qual *“pode ser considerado a mais importante baliza norteadora das regras inerentes à Política Nacional de Relação de Consumo”*.¹

21. Quanto ao mesmo princípio, ressalta ainda o professor Rizzato Nunes² que *“na sistemática implantada pelo CDC, o fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto e do serviço, suas características, qualidades, riscos, preços e etc., de maneira clara e precisa, não se admitindo falhas ou omissões”*.

22. O Código de Defesa do Consumidor contempla também, em seu art. 4º, inciso III, o princípio da boa-fé nas relações de consumo, como instrumento fundamental nas relações entre consumidores e fornecedores. É, por conseguinte, um dever de conduta, e, fundamentalmente, um princípio orientador do comportamento que cada parte deve adotar.

23. Novamente, elencando os princípios expostos no artigo 4º, do Código de Defesa do Consumidor, encontra-se a necessidade de embasamento nos princípios da boa-fé e equilíbrio nas relações de consumo:

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,

¹ Bancos de Dados e Cadastro de Consumidores. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 90.

² NUNES, Rizzato. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 136.



6

a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia nas relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

(...)

III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; (...).

24. Tal mandamento, ao aludir ao princípio da boa-fé, refere-se tanto a um dever do fornecedor quanto do consumidor. Este princípio foi revitalizado pelo CDC, já que existe como princípio geral de direito há muito conhecido e presente desde o movimento do direito natural.

25. Insta salientar que o código consumerista prima pela boa-fé objetiva que, nos dizeres do professor Rizzatto Nunes, *“pode ser definida, grosso modo, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo”*³.

26. Sobre a matéria nos ensina Cláudia Lima Marques⁴:

Boa-fé objetiva significa, portanto, uma atuação refletida, uma atuação refletindo, pensando no outro, no parceiro contratual, respeitando-o, respeitando seus interesses legítimos, suas expectativas razoáveis, seus direitos, agindo com lealdade, sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, cooperando para atingir o bom fim das obrigações: o cumprimento do objetivo contratual e a realização dos interesses das partes (grifos nossos).

27. Trata-se a boa-fé objetiva de princípio basilar, o caminho seguro que deve ser perseguido em todas as relações negociais, inclusive como mandamento do Código de Defesa do Consumidor.

28. Neste sentir, evidencia-se que a boa-fé objetiva deve estar presente em todas as fases negociais tendentes à celebração e execução do contrato, motivo pelo qual é imprescindível que todas as informações inerentes ao produto ou serviço devam estar claras aos olhos do consumidor.

³NUNES. Rizzatto. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo. Saraiva: 2009. p.132.

⁴Contratos no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: RT, 2002, página 181.



7

39. Portanto, o fornecedor tem o dever de prestar de forma ostensiva todas as informações necessárias ao consumidor quando da exposição dos produtos e serviços à venda, sem induzir em erro o consumidor, sob pena de violar a boa-fé por este depositada nas relações de consumo.

30. Dessa forma, diante do sustentado, é preciso a intervenção judicial para fazer cessar o abuso direcionado aos consumidores que estão sendo vítimas da conduta ilícita, consubstanciada na inclusão de fotografias de resultado de tratamento odontológico, as quais induzem o consumidor a acreditar que obterá o mesmo resultado, caso faça o tratamento odontológico ofertado.

II.2- Da violação ao princípio da vulnerabilidade

31. Sobre o princípio da vulnerabilidade estampado no CDC, Rizzatto Nunes⁵ assevera que:

(...) o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.(...) O consumidor só pode optar por aquilo que existe e foi oferecido no mercado. E essa oferta foi decidida pelo fornecedor, visando seus interesses empresariais, que são, por evidente, os da obtenção de lucro. (grifos nossos).

32. Assim, resta evidente que a ré se aproveita da condição de vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor, no momento em que inclui imagens de resultado na oferta do serviço, não fazendo referência alguma a garantia deste.

III- DO DANO MORAL COLETIVO

33. Como instrumento da democracia participativa, a ação civil pública é a via processual adequada para impedir a ocorrência ou reprimir danos aos bens coletivos tutelados, podendo também servir como instrumento de reparação dos ilícitos já consumados (tutela

⁵ NUNES, Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 129 e 130.

 8

ressarcitória).

34. O amparo à pretensão de indenização pelos danos morais sofridos é extraído do art. 5º, X, da Carta Magna e dos arts. 186 e 927 do Código Civil Brasileiro, os quais vaticinam a obrigação de reparar daquele que causa prejuízos de ordem patrimonial ou moral a outrem.

35. Na legislação especial encontramos também o art. 6º, VI, do CDC, cujo escopo é resguardar o consumidor contra os danos de ordem patrimonial e moral causados pelo fornecedor de produtos e serviços, garantindo a efetiva prevenção e reparação pelas lesões individuais, coletivas e difusas.

36. A responsabilidade por dano moral possui uma eficiência econômica e social, portanto, deve-se exaltar o valor da indenização de modo a desincentivar condutas danosas ou potencialmente danosas, mesmo que esse valor seja além da simples reparação do dano, a fim de garantir os ideais de segurança e estabilidade que são um dos objetivos do ordenamento jurídico.

37. Neste diapasão, cumpre ressaltar que a responsabilidade do fornecedor de produtos e serviços é *erga omnes* em relação aos consumidores, voltada aos consumidores de uma forma geral, independentemente de quem venha a ser diretamente atingido. Destarte, as relações de consumo deverão ser marcadas pela transparência e pelo princípio da boa-fé.

38. Nas lições de Carlos Alberto Bittar Filho, o dano extrapatrimonial consiste em:

... injusta lesão da esfera moral de uma dada comunidade, ou seja, é a violação antijurídica de um determinado círculo de valores coletivos. Quando se fala em dano moral coletivo, está se fazendo menção ao fato de que o patrimônio valorativo de uma certa comunidade (maior ou menor), idealmente considerado, foi agredido de maneira absolutamente injustificável do ponto de vista jurídico: quer isso dizer, em última instância, que se feriu a própria cultura, em seu aspecto imaterial" (Revista de Direito do Consumidor, v. 12, p. 55).

39. Sobre o dano causado de forma difusa, salutar é o escólio do mestre José Carlos Barbosa Moreira³, segundo o qual:

³ MOREIRA, José Carlos Barbosa. *Tutela Jurisdicional dos Interesses Coletivos ou Difusos*, em *Temas de Direito Processual (Terceira Série)*, S. Paulo, Saraiva, 1984.



9

Em muitos casos, o interesse em jogo, comum a uma pluralidade indeterminada (e praticamente indeterminável) de pessoas, não comporta decomposição num feixe de interesses individuais que se justapusessem como entidades singulares, embora análogas. Há, por assim dizer, uma comunhão indivisível de que participam todos os possíveis interessados, sem que se possa discernir, sequer idealmente, onde acaba a "quota" de um e onde começa a de outro. Por isso mesmo, instaura-se entre os destinos dos interessados tão firme união, que a satisfação de um só implica de modo necessário a satisfação de todas; e, reciprocamente, a lesão de um só constitui, ipso facto, lesão da inteira coletividade. Por exemplo: teme-se que a realização de obra pública venha a causar danos graves à flora e à fauna da região, ou acarrete a destruição de monumento histórico ou artístico. A possibilidade de tutela do "interesse coletivo" na preservação dos bens em perigo, caso exista, necessariamente se fará sentir de modo uniforme com relação à totalidade dos interessados. Com efeito, não se concebe que o resultado seja favorável a alguns e desfavorável a outros. Ou se preserva o bem, e todos os interessados são vitoriosos; ou não se preserva, e todos saem vencidos.

40. Sobre o mesmo tema, o Procurador do Trabalho Xisto Tiago de Medeiros Neto expõe:

[...] A coletividade, portanto, revelando atributos jurídicos, vem a significar a expressão-síntese de uma das maneiras de ser das pessoas no plano social: a de partícipes de um vasto elenco de interesses comuns dotados de contornos peculiares (transindividuais), que, compartilhados, são-lhes essenciais à vida, integrando, assim, a esfera da dignidade de cada um dos respectivos membros e gozando de plena proteção jurídica. Aliás, a doutrina tem enfatizado que o grupo social (ou seja, uma dada coletividade) 'nada mais é do que o próprio homem em sua dimensão social, não se distinguindo a sua natureza (coletiva) da de seus integrantes.

É o que se verifica, por exemplo, conforme antes externado (capítulo VII), em relação ao direito à preservação do meio ambiente sadio, à conservação do patrimônio histórico e cultural, à garantia da moralidade pública, ao equilíbrio e equidade nas relações de consumo, à transparência e à honestidade nas manifestações publicitárias, à justiça nas relações de trabalho, à não-discriminação das minorias, ao respeito às diferenças de gênero, raça e religião, à consideração e proteção aos grupos de pessoas portadoras de deficiência, de crianças e adolescentes e de idosos.

Inegavelmente esses interesses, de acordo com a manifestação concreta, reitere-se, inserem-se na órbita dos valores extrapatrimoniais reconhecidos a uma coletividade. E, sendo assim, QUALQUER LESÃO INJUSTA POR ELA SUPORTADA DEVE ENSEJAR A REAÇÃO DO ORDENAMENTO JURÍDICO, NO DESIDERATO DE REPARAR, DA MELHOR FORMA, O DIREITO VIOLADO" (grifo nosso). In Dano Moral Coletivo. São Paulo: LTR, 2004.



41. Além disso, o entendimento majoritário entre os doutrinadores é de que o dano moral coletivo, além de apresentar um caráter compensatório e punitivo, deve ter função eminentemente preventiva, de modo a garantir a real e efetiva tutela ao meio ambiente, ao patrimônio cultural, a ordem urbanística, às relações de consumo e a quaisquer outros bens que extrapolem o interesse individual.

42. Neste sentido, a jurisprudência vem fazendo alusão à função inibidora que a indenização deve ter, a fim de evitar condutas semelhantes. Dessa forma, posicionou-se o Superior Tribunal de Justiça, *in verbis*:

“Ademais, deve ela contribuir para desestimular o ofensor a repetir o ato, inibindo sua conduta antijurídica (STJ, REsp 265.133, Rel. Min. Sálvio de Figueiredo Teixeira, 4ª Turma, J. 19/09/00, p. DJ 23/10/00).

DANO MORAL. REPARAÇÃO. CRITÉRIOS PARA FIXAÇÃO DO VALOR. CONDENAÇÃO ANTERIOR, EM QUANTIA MENOR. Na fixação do valor da condenação por dano moral, deve o julgador atender a certos critérios, tais como nível cultural do causador do dano; condição sócio-econômica do ofensor e do ofendido; intensidade do dolo ou grau da culpa (se for o caso) do autor da ofensa; efeitos do dano no psiquismo do ofendido e as repercussões do fato na comunidade em que vive a vítima. Ademais, **a reparação deve ter fim também pedagógico, de modo a desestimular a prática de outros ilícitos similares**, sem que sirva, entretanto, a condenação de contributo a enriquecimentos injustificáveis. Verificada condenação anterior, de outro órgão de imprensa, em quantia bem inferior, por fatos análogos, é lícito ao STJ conhecer do recurso pela alínea c do permissivo constitucional e reduzir o valor arbitrado a título de reparação. Recurso conhecido e, por maioria, provido. (Stj, Resp. 355.392, Rel. Min. Nancy Andrichi, 3ª Turma, j.26/03/02, p. DJ 17/06/02).

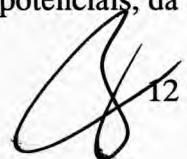
43. Quanto à exigência de comprovação da dor e sofrimento na hipótese de dano moral coletivo, importante e oportuno considerar que a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça

consolidou-se no sentido de dispensar a sua comprovação, de acordo com o que se extrai dos arestos abaixo:

ADMINISTRATIVO - TRANSPORTE - PASSE LIVRE - IDOSOS - DANO MORAL COLETIVO - DESNECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO DA DOR E DE SOFRIMENTO - APLICAÇÃO EXCLUSIVA AO DANO MORAL INDIVIDUAL - CADASTRAMENTO DE IDOSOS PARA USUFRUTO DE DIREITO - ILEGALIDADE DA EXIGÊNCIA PELA EMPRESA DE TRANSPORTE - ART. 39, § 1º DO ESTATUTO DO IDOSO - LEI 10741/2003 VIAÇÃO NÃO PREQUESTIONADO. 1. O dano moral coletivo, assim entendido o que é transindividual e atinge uma classe específica ou não de pessoas, é passível de comprovação pela presença de prejuízo à imagem e à moral coletiva dos indivíduos enquanto síntese das individualidades percebidas como segmento, derivado de uma mesma relação jurídica-base. 2. O dano extrapatrimonial coletivo prescinde da comprovação de dor, de sofrimento e de abalo psicológico, suscetíveis de apreciação na esfera do indivíduo, mas inaplicável aos interesses difusos e coletivos. 3. Na espécie, o dano coletivo apontado foi a submissão dos idosos a procedimento de cadastramento para o gozo do benefício do passe livre, cujo deslocamento foi custeado pelos interessados, quando o Estatuto do Idoso, art. 39, § 1º exige apenas a apresentação de documento de identidade. 4. Conduta da empresa de viação injurídica se considerado o sistema normativo. 5. Afastada a sanção pecuniária pelo Tribunal que considerou as circunstâncias fáticas e probatórias e restando sem prequestionamento o Estatuto do Idoso, mantém-se a decisão. 5. Recurso especial parcialmente provido. (REsp 1057274/RS, Rel. Ministra ELIANA CALMON, SEGUNDA TURMA, julgado em 01/12/2009, DJe 26/02/2010). (grifos nossos).

PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DANO AMBIENTAL. DANO MORAL COLETIVO. NECESSÁRIA VINCULAÇÃO DO DANO MORAL À NOÇÃO DE DOR, DE SOFRIMENTO PSÍQUICO, DE CARÁTER INDIVIDUAL. INCOMPATIBILIDADE COM A NOÇÃO DE TRANSINDIVIDUALIDADE (INDETERMINABILIDADE DO SUJEITO PASSIVO E INDIVISIBILIDADE DA OFENSA E DA REPARAÇÃO). RECURSO ESPECIAL IMPROVIDO. (REsp 598.281/MG, Rel. Ministro LUIZ FUX, Rel. p/ Acórdão Ministro TEORI ALBINO ZAVASCKI, PRIMEIRA TURMA, julgado em 02/05/2006, DJ 01/06/2006, p. 147). (grifos nossos).

44. Mister salientar que a postura da demandada que induz em erro o consumidor, ao veicular imagens de resultado do tratamento odontológico (clareamento dental), gera um dano moral passível de reparação a toda a coletividade, uma vez que a referida conduta lesa o direito à informação clara, precisa, ostensiva e adequada aos consumidores, tanto reais, quanto potenciais, da empresa.



45. Observa-se que a condenação por Danos Morais Coletivos é um instrumento importante e eficaz para tentar prevenir as ações das empresas grandes ou pequenas e conglomerados que venham a afrontar os interesses dos consumidores.

46. Ressalta-se, ainda, que a comprovação da existência de culpa da empresa ré não se faz necessária, de acordo com o arts. 12 e 14 do CDC, sendo necessária apenas a configuração do dano.

47. Desta feita, diante de todo o exposto, requer-se a Vossa Excelência seja a ART IMPLANT SERVIÇOS ODONTOLÓGICOS LTDA. condenada a título de dano moral coletivo causado aos consumidores em R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), cujos valores deverão ser remetidos ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor instituído pela Lei Estadual nº 6.872/97.

IV- DOS PEDIDOS FINAIS

48. Diante de todo o exposto, o Ministério Público requer a total procedência dos seguintes pedidos:

a) A citação da demandada no endereço indicado inicialmente, para, querendo, contestar a presente ação;

b) Seja a presente ação julgada **TOTALMENTE PROCEDENTE** para condenar a empresa demandada:

b.1) Ao pagamento de danos morais coletivos, no valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), reversíveis ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor, instituído pela Lei Estadual 6.972, de 08 de janeiro de 1997, conforme permissivo pelo artigo 13, da Lei nº. 7.347/85;

c) Inversão do ônus da prova, na forma do artigo 6º, VIII do CDC, por se

tratar de demanda de proteção ao consumidor, fundamentando-se este pleito tanto na verossimilhança das afirmações quanto na hipossuficiência dos consumidores, segundo as razões já expostas;

d) Dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, em face do disposto no art. 18 da Lei 7.347/85 e art. 87 da Lei 8.078/90;

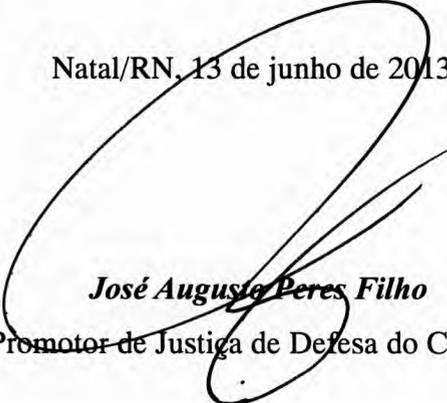
e) Comunicação dos atos processuais nos moldes definidos no art. 236, § 2º, do Código de Processo Civil e art. 41, inciso IV, da Lei 8.625/93, na sede da Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor, localizada na Avenida Floriano Peixoto, 550, Centro, CEP 59.012-500, Natal/RN, com vista mediante entrega pessoal dos autos;

f) Publicação do edital ao qual se refere o art. 94, do CDC.

Dá-se à causa o valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

Nestes termos,
Pede deferimento.

Natal/RN, 13 de junho de 2013..



José Augusto Peres Filho

24º Promotor de Justiça de Defesa do Consumidor