BAYES FACILIDES & OLIVEIRA BAMO



EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA " VARA DA FAZENDA PÚBLICA DA CAPITAL DO ESTADO DE SÃO PAULO.

CADASTRADO

DISTRIBUIÇÃO E APRECIAÇÃO URGENTES

SUCOS DEL VALLE DO BRASIL LTDA, pessoa jurídica de direito privado, com sede na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Rua Paes Leme, nº 524, 11° andar, inscrita no CNPJ/MF sob nº. 01.895.188/0001-46, representada na forma de seu contrato social (vide documento 01 anexo), por seus advogados subscritores desta (confirase documento 02), os quais possuem escritório na Rua Líbero Badaró, 425, 11º andar, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, onde será intimada de todos os atos e termos deste processo, vem respeitosamente à presença de Vossa Excelência ajuizar, pelo rito ordinário, a presente

AÇÃO ANULATÓRIA com pedido de antecipação dos efeitos da tutela

contra a FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR **PROCON**, pessoa jurídica de direito público, com endereço nesta Capital à Rua Barra

Rua Libero Badaró, 425 - 11º andar São Paulo - SP - 01009-909 Fax: (55 11) 2165-2022

Rua da Assembléia, 10 - Ci. 3108/9 Rio de Janeiro - RJ - 20011-901 Tel./Fax: (55 21) 2221-5470

Belo Horizonte – MG – 30110-043 Tel.: (55 31) 3318-6563

Rua Maria Monteiro, 786 - \$l.31 Campinas - \$P - 13025-151 Tel/Fax. (55 19) 3294-9293

Foro Central - Fazenda Pública/Acidentes



0008196-14.2011.8.26.0053

: Procedimento Ordinário Classe Assunto principal Anulação de Débito Fiscal

Valor da ação R\$ 37.093,33

Volume

Regte Sucos Del Valle do Brasil Ltda

: LUIZ GUSTAVO DE OLIVEIRA RAMOS (OAB: Advogados

128998/SP) e outros.

: Fundação de Proteção e Defesa do Reqdo

Consumidor - Procon/sp

: Urgente - Antecipação de Tutela Observação

Distribuição : Livre - 16/03/2011 18:31:09

2011/000488

Juiz Auxiliar Faz. Publ.

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS



Funda, nº. 930, 4º andar, Barra Funda, CEP 01152-000, onde recebem avisos e intimações, o que faz pelas razões de fato e de direito a seguir articuladas:

1. BREVE RESENHA DOS FATOS.

A empresa requerente é, atualmente, uma das maiores e mais conceituadas empresas do mundo no ramo de bebidas, sucos e néctares de frutas, comercializando produtos de enorme aceitação e reconhecida qualidade. A requerente atua frente ao mercado brasileiro desde o ano de 1997, sendo que durante mais de uma década de atuação sempre primou pela qualidade de seus produtos e pelo mais profundo respeito ao seu público consumidor.

Ocorre que, para a surpresa da requerente, o PROCON lavrou contra ela em 05 de setembro de 2008 auto de infração (folhas 02/03 do anexo documento 03), por meio do qual imputou à empresa requerente multa no valor de R\$ 55.640,00 (cinquenta e cinco mil seiscentos e quarenta reais) pela prática de supostos atos de publicidade abusiva em campanha veiculada em meados de 2008, denominada "Promoção Del Valle Espremidinhos".

Em síntese, tal promoção consistia apenas no seguinte: durante a vigência da promoção, caso o consumidor adquirisse cinco litros de sucos Del Valle em uma das lojas participantes, receberia de brinde um dos cinco bonecos da coleção "Espremidinhos", representativos de um dos cinco sabores do suco Del Valle. A promoção, frise-se, não condicionava o recebimento do brinde à compra de nenhum outro produto, nem ao pagamento de nenhum valor adicional.

Ainda assim, mesmo diante da simplicidade de tal promoção, o Instituto Alana (autor da representação ao PROCON que culminou na lavratura do auto de infração – folhas 292 em diante do anexo documento 03) entendeu que tal promoção teria caráter abusivo, pelo simples fato de que, segundo a ótica do instituto, seria direcionada precipuamente ao público infantil – haja vista que os bonecos teriam uma aparência "atrativa para as crianças", além de serem colecionáveis.



RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS



Nesse sentido, de acordo com o Instituto Alana, a campanha da requerente supostamente estaria se utilizando da "vulnerabilidade" das crianças para a promoção das vendas de sucos Del Valle — o que, segundo a drástica interpretação do instituto, atrapalharia o desenvolvimento infantil através da geração de graves hábitos consumistas, além de estimular o "consumo excessivo" dos produtos por crianças.

No parecer psicológico que embasou a lavratura do auto de infração pelo PROCON (folhas 05/09 do anexo documento 03), chega-se ao ponto de afirmar que a referida promoção poderia até mesmo causar profundos desentendimentos no seio familiar, já que, graças à promoção, a criança supostamente seria levada a "amolar os pais" para a aquisição dos bonecos. Isto geraria graves desgastes nas relações familiares, já que a criança, in verbis, "tende a interpretar os pais como maus por não lhe permitirem ganhar os bonequinhos".

Além do mais, a referida promoção ainda interferiria de forma irremediável no poder de decisão dos pais sobre os alimentos consumidos por seus filhos, bem como no próprio orçamento familiar – já que, nesse caso, diante de toda a "amolação" de seus filhos, os pais estariam seriamente tendentes a "ceder aos apelos dos pequenos" e adquirir vinte e cinco litros de sucos Del Valle de uma só vez, para a aquisição da coleção completa dos bonecos.

Como se pode observar desde já, toda a argumentação do Instituto Alana no oferecimento de sua representação baseou-se no fato de que a campanha publicitária seria abusiva, tão somente, pelo fato de ser direcionada ao público infantil – o que, na visão desse instituto, poderia trazer prejuízos ao desenvolvimento da criança. Foi esse, basicamente, o entendimento adotado pelo auto de infração lavrado pelo PROCON.

Vale transcrever, nesse passo, os termos da fundamentação adotada pelo auto de infração:

"A promoção constitui-se em estímulo ao consumo exagerado para que o único objetivo da criança, coleção completa das 05 (cinco) versões dos bonecos, seja alcançado. Por tal conduta, a autuada aproveita-se da deficiência de julgamento e experiência do público infantil e infringe o artigo 37, bem como o item 2 do anexo H, ambos do Código de Auto-Regulamentação Publicitária do CONAR — Conselho de Auto-Regulamentação Publicitária, que

PAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS ADVICEADOS ASSOCIADOS



determinam que o anunciante deve abster-se da utilização de qualquer estímulo imperativo de compra ou consumo quando o produto for destinado à criança, no intuito de ser a publicidade elemento coadjuvante na formação desta última, como cidadã responsável e consumidora consciente.

A apresentação da campanha publicitária, dessa forma, apresenta como fundamento para a compra dos produtos vinculados à promoção não a sua real necessidade, mas sim a vontade das crianças em adquirir a coleção completa das 05 (cinco) versões dos bonecos de pano, sendo assim o autuado infringiu o §2º do artigo 37 da Lei nº 8.078/99 — Código de Proteção e Defesa do Consumidor."

No entanto, observa-se desde já que <u>da fundamentação adotada pelo</u> auto de infração não há nenhuma demonstração da existência de qualquer traço de abusividade na referida campanha.

Com efeito, a argumentação desenvolvida pelo Instituto Alana e encampada pelo PROCON limita-se a alegar, genericamente, que a campanha "aproveita-se da deficiência de julgamento e experiência do público infantil" — sem, porém, apresentar qualquer elemento concreto que justifique tal assertiva.

A argumentação do PROCON e do Instituto Alana, como claramente se observa da leitura do auto de infração, toma por pressuposto o fato de que, se a campanha é direcionada ao público infantil, tão somente por sê-lo, deve ser considerada abusiva.

No entanto, há que se frisar que <u>o simples fato de a publicidade ser</u> direcionada ao público infantil não faz com que, apenas por isso, deva ela ser considerada abusiva.

É claro que a publicidade infantil há de ser exercida dentro de certos limites – inclusive nos termos do quanto dispõe a norma geral contida no artigo 37, § 2°, do Código de Defesa do Consumidor. A requerente de forma alguma discorda de tal premissa, tanto assim que possui uma série de políticas internas de marketing

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS



responsável, além de sujeitar-se e dar cumprimento a todas as normas de autorregulamentação publicitária estabelecidas pelo CONAR.

De se observar, aliás, que o referido auto de infração não traz menção ao descumprimento de nenhuma outra norma por parte da requerente, além da norma geral prevista no artigo 37, § 2°, do Código de Defesa do Consumidor. E isto por uma só razão: porque a campanha "Del Valle Espremidinhos" não conteve qualquer mínimo elemento de abusividade, tampouco se afastou das diretrizes estabelecidas pelo CONAR no que diz respeito à publicidade dirigida ao público infantil.

Deve se observar, neste passo, que qualquer restrição jurídica à publicidade, por expressa disposição do artigo 220, §3°, II, da Constituição Federal¹, apenas pode ser instituída por meio de Lei Federal. <u>Cabe aos legisladores, portanto – e não ao PROCON – definir até que limites pode ir a publicidade de alimentos direcionada ao público infantil.</u>

O simples fato de a publicidade ser dirigida ao público infantil não faz com que a campanha se revista de ilicitude, e de forma alguma é razão suficiente para imputar à requerente a multa ora impugnada.

Até porque, como dito, <u>a campanha "Del Valle Espremidinhos" em</u>
nada se afastou das recomendações do CONAR e das melhores diretrizes
atualmente aceitas para a realização de publicidade direcionada ao público
infantil — sendo certo que nem mesmo o auto de infração menciona exatamente qual o
suposto elemento de abusividade contido na campanha.

No entanto, foi apenas com base no argumento de que a campanha seria abusiva tão somente por ser direcionada ao público infantil que o Instituto Alana ofereceu sua representação – representação esta que, sem oitiva prévia da requerente, restou acolhida de forma integral pelo PROCON, culminando na aplicação de multa de

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veiculo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

^{§ 3° -} Compete à <u>lei federal</u>:

Il - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser noctvos à saúde e ao meio ambiente.

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS ADVOGADOS ASSOCIADOS



R\$ 55.640,00 (cinquenta e cinco mil seiscentos e quarenta reais), pela suposta infringência ao artigo 37, § 2°, da Lei n° 8.078/90.

Após ser devidamente intimada da lavratura do auto de infração, a requerente ofereceu sua defesa administrativa (folhas 343/349 do anexo documento 03), através da qual esclareceu:

- (i) que inexiste qualquer proibição legal ou regulamentar à publicidade direcionada ao público infantil, sendo certo que a Promoção "Del Valle Espremidinhos" nada tem de abusiva sendo aliás semelhante a uma infinidade de outras promoções veiculadas diariamente na mídia;
- (ii) que os produtos Del Valle já desfrutam de altíssima aceitação pelo mercado, sendo desnecessária a utilização de qualquer prática de publicidade desleal ou abusiva para que a empresa requerente alavanque suas vendas, que sempre mantiveram patamares bons e constantes;
- (iii) que a promoção de forma alguma influencia no poder de decisão dos pais sobre os alimentos consumidos por seus filhos, sendo certo que continua sendo dos pais a responsabilidade de controlar quantos e quais alimentos serão adquiridos ou consumidos pela criança; ademais, o fato de a promoção basear-se na aquisição de cinco litros de néctares obviamente não significa que os mesmos serão consumidos de uma só vez, quer pela própria criança, quer por toda a família;
- (iv) que nada há de abusivo em condicionar o oferecimento do brinde à compra de determinada quantidade de produto, já que não há qualquer acréscimo no preço de venda do produto. Não se trata de venda casada, já que o brinde é oferecido inteiramente sem custos ao consumidor, sendo a própria empresa quem opta por arcar com todos os custos de produção e distribuição do brinde.
- (v) que não há qualquer sentido em dizer que os bonecos da promoção "Espremidinhos" se constituiriam na principal razão de compra dos

PAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS



néctares Del Valle, já que é de notório conhecimento que tal produto tem ampla aceitação no mercado de consumo, independentemente de qualquer promoção ou campanha publicitária;

(vi) que, na hipótese de vingar a tese esposada pelo Instituto Alana, a proibição de utilizar-se de apelos infantis em produtos ou promoções deveria se estender a todos os demais fabricantes de produtos alimentícios, já que todos, sem exceção, possuem alguma linha de produtos ou promoções voltadas exclusivamente ao público infantil — inclusive com o uso de personagens infantis muito conhecidos, como protagonistas de desenhos animados, filmes em animação, histórias em quadrinhos, video-games, etc.

No entanto, apesar de toda a argumentação esposada pela requerente, o PROCON houve por bem manter integralmente o auto de infração e a multa aplicada, que fora reduzida para R\$ 37.093,33 (trinta e sete mil e noventa e três reais e trinta e três centavos) pelo fato de a requerente não possuir quaisquer antecedentes junto ao PROCON.

Inconformada, a requerente interpôs o competente recurso administrativo (anexo documento 04), por meio do qual reiterou os argumentos esposados em tese de defesa, pugnando pelo afastamento da pena imposta. No entanto, surpreendentemente, tal recurso restou <u>integralmente improvido</u> (anexo documento 04), restando mantidos o auto de infração e a pena aplicada.

Todavia, entende a requerente que tal decisão do PROCON não pode prosperar, por padecer de uma série de vícios, como mais adiante se verá. Outrossim, esgotadas as possibilidades de impugnação da decisão pelas vias administrativas, não resta à requerente outra opção senão recorrer à tutela do Poder Judiciário.

Desse modo, com base nas razões a seguir expendidas, haverá esse douto Juízo de, com o regular processamento da presente demanda, acabar por julgá-la totalmente procedente, decretando-se a insubsistência do Auto de Infração nº 0595 D7 e das decisões tomadas no curso do Procedimento Administrativo nº 1927/08, cancelando-se, em definitivo, a multa imposta contra a requerente.



RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMO: ADVIGADOS ASSOCIADOS



DA ABSOLUTA INEXISTÊNCIA DE ABUSIVIDADE NA PROMOÇÃO OBJETO DE AUTUAÇÃO.

Como já mencionado acima, <u>a argumentação desenvolvida pelo</u>
<u>Instituto Alana em sua representação, integralmente esposada pelo PROCON, toma por pressuposto o fato de que toda propaganda ou promoção direcionada ao público infantil deve ser considerada abusiva.</u>

Com efeito, apesar de não haver menção expressa a tal premissa, não há como se entender de forma contrária após simples leitura da representação (folhas 292 em diante do anexo documento 03) e do auto de infração (folhas 02/03 do documento 03).

Basta ver, nesse sentido, que a primeira das "abusividades" apontadas pelo Instituto Alana em sua representação diz respeito, exatamente, ao fato de a campanha publicitária ser destinada ao público infantil ("Público alvo da promoção: crianças"). Neste tópico, o Instituto Alana dedica-se exclusivamente a apontar diversos elementos da campanha que demonstram que o público alvo da promoção são as crianças — pressupondo, apenas por conta disso, sua abusividade.

No entanto, fato é que a requerente jamais negou que a campanha "Del Valle Espremidinhos" foi direcionada ao público infantil. E nem teria porque negar tal fato, já que o simples fato de a publicidade ser direcionada ao público infantil não faz com que, apenas por isso, deva ela ser considerada abusiva. Com efeito, basta ligar a TV, ou o rádio, ou acessar a internet ou qualquer outro meio de comunicação, para verificar que boa parte das campanhas publicitárias existentes é veiculada diretamente ao público infantil – sem que daí se infrinja qualquer norma ou preceito jurídico.

A respeito da publicidade infantil, aliás, há que se reconhecer a polêmica encerrada pela questão. Psicólogos, publicitários e educadores não chegam a consenso algum quando se trata do tema. Há posições para todos: desde aqueles que defendem a desnecessidade de regulamentação específica, quanto aqueles mais radicais (como o Instituto Alana), que se posicionam a favor da absoluta proibição de veiculação de campanhas publicitárias a crianças.

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS



Apesar de toda a controvérsia existente sobre o tema, é evidente que a criança, por ter um grau de desenvolvimento e discernimento diferente do de um adulto, não pode ser exposta aos mesmos instrumentos de propaganda. A Constituição, a Lei e o próprio setor publicitário reconhecem a necessidade de se impor limites à publicidade infantil, evitando-se a prática de abusos.

A requerente de forma alguma se mostra alheia a tal necessidade. Tanto assim que, desde agosto de 2009, a requerente — na condição de empresa membro do grupo "Coca-Cola" — segue integralmente os termos do "Compromisso Público de Publicidade Responsável" subscrito por diversas empresas do ramo alimentício (anexo documento 05), o qual cuida de estabelecer uma série de diretrizes e limitações à propaganda publicitária veiculada diretamente ao público infantil.

Além disso, <u>a requerente sempre se sujeitou e deu cumprimento às normas de autorregulamentação estabelecidas pelo CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) – que possui, aliás, preceitos especificamente referentes a normas éticas a serem seguidas na veiculação de campanhas dirigidas ao público infantil.</u>

O Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária – documento erigido pelo CONAR que contém as normas de autorregulamentação aplicáveis ao setor publicitário – contém, em seu artigo 37² (documento 06), uma série de normas específicas relativas à publicidade infantil.



⁻ Artigo 37 - Os esforços de pais, educadores, autoridades e da comunidade devem encontrar na publicidade fator coadjuvante na formação de cidadãos responsáveis e consumidores conscientes. Diante de tal perspectiva, nenhum anúncio dirigirá apelo imperativo de consumo diretamente à criança. E mais:

I - Os anúncios deverão refletir cuidados especiais em relação a segurança e às boas maneiras e, ainda, abster-se de:

a. desmerecer valores sociais positivos, tais como, dentre outros, amizade, urbanidade, honestidade, justiça, generosidade e respeito a pessoas, animais e ao meio ambiente:

b. provocar deliberadamente qualquer tipo de discriminação, em particular daqueles que, por qualquer motivo, não sejam consumidores do produto;

c. associar crianças e adolescentes a situações incompatíveis com sua condição, sejam elas ilegais, perigosas ou socialmente condenáveis;

d. impor a noção de que o consumo do produto proporcione superioridade ou, na sua falta, a inferioridade;

e. provocar situações de constrangimento aos pais ou responsáveis, ou molestar terceiros, com o propósito de impingir o consumo;

f. empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de usó ou consumo, admitida, entretanto, a participação deles nas demonstrações pertinentes de serviço ou produto;

g. utilizar formato jornalístico, a fim de evitar que anúncio seja confundido com notícia;

h. apregoar que produto destinado ao consumo por crianças e adolescentes contenha características peculiares que, em verdade, são encontradas em todos os similares;

i, utilizar situações de pressão psicológica ou violência que sejam capazes de infundir medo.

II - Quando os produtos forem destinados ao consumo por crianças e adolescentes seus anúncios deverão:

a. procurar contribuir para o desenvolvimento positivo das relações entre pais e filhos, alunos e professores, e demais relacionamentos que envolvam o público-alvo;

b. respeitar a dignidade, ingenuidade, credulidade, inexperiência e o sentimento de lealdade do público-alvo;

c. dar atenção especial às características psicológicas do público-alvo, presumida sua menor capacidade de discernimento;

d. obedecer a cuidados tais que evitem eventuais distorções psicológicas nos modelos publicitários e no público-alvo;

e. abster-se de estimular comportamentos socialmente condenáveis.

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS ADVOGADOS ASSOCIACOS



De se observar, neste aspecto, que <u>todas as normas erigidas pelo</u> <u>CONAR que contêm referência à publicidade direcionada ao público infantil foram efetivamente respeitadas pela campanha "Del Valle Espremidinhos".</u>

Com efeito, da análise de tais normas, não se encontra uma só disposição cujo desrespeito possa ser invocado. Muito embora o auto de infração faça referência genérica ao caput do artigo 37 do Código de Autorregulamentação Publicitária, aduzindo que a campanha configura-se como "estímulo imperativo de compra", fato é que, à semelhança do que ocorre com o restante da argumentação desenvolvida no auto de infração, não há referência a qualquer elemento concreto capaz de justificar essa afirmação.

A requerente, que sempre se conduz com base nas melhores práticas de publicidade recomendadas pelo CONAR, não abriu qualquer exceção no caso da campanha "Del Valle Espremidinhos". Houve o pleno respeito a todas as normas e exigências estabelecidas pelo órgão de autorregulamentação do setor.

Observa-se, com efeito, que <u>a fundamentação dos pareceres técnicos</u> <u>acolhidos durante o procedimento administrativo se dá com base em meras suposições, sem qualquer embasamento fático ou legal</u>. Houve discricionariedade onde a lei não permite – o que, como se verá abaixo, demonstra a arbitrariedade e, por consequência, a nulidade dos atos ora combatidos.

Como já observado, a promoção consistia, tão somente, na entrega de um brinde (um boneco de pano) caso o consumidor adquirisse cinco litros em produtos Del Valle numa mesma compra. Apenas isso. Não há, aqui, absolutamente nenhum elemento que indique qualquer caráter de abusividade em tal promoção – que, aliás, assemelha-se

Parágrafo 1º

Parágrafo 2º

Crianças e adolescentes não deverão figurar como modelos publicitários em anúncio que promova o consumo de quaisquer bens e serviços incompatíveis com sua condição, tais como armas de fogo, bebidas alcoólicas, cigarros, fogos de artificio e loterias, e todos os demais igualmente afetados por restrição legal.

O planejamento de mídia dos anúncios de produtos de que trata o inciso II levará em conta que crianças e adolescentes têm sua atenção especialmente despertada para eles. Assim, tais anúncios refletirão as restrições técnica e eticamente recomendáveis, e adotar-se-á a interpretação a mais restritiva para todas as normas aqui dispostas.

Nota: Nesta Seção adotaram-se os parâmetros definidos no art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90): "Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade."

Documento recebido eletronicamente da origem

RFOR

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS



muito a uma plêiade de outras promoções que, cotidianamente, são veiculadas no mercado de consumo.

Como se observa da análise de todas as manifestações técnicas e pareceres produzidos nos autos do procedimento administrativo nº 1927/08, <u>não há, em lugar algum, descrição clara de qual seria a característica da promoção que a revestiria de abusividade</u>.

Ora se fala que os bonecos são "atrativos para as crianças"; ora se diz que são colecionáveis; ora se insinua tratar-se de venda casada (o que é um absurdo, levando-se em conta que não há qualquer acréscimo no preço do produto ao consumidor); ora se faz referência às cores e textos utilizados no site da promoção.

Mas, na maior parte do tempo, a argumentação desenvolvida pelo PROCON limita-se a afirmar, categoricamente — e sem qualquer elemento concreto que demonstre isso —, que a promoção "aproveita-se da deficiência de julgamento e experiência do público infantil" (como se a simples repetição dessa afirmação, sem demonstração dos motivos, fosse fazer com que se tornasse realidade).

No entanto, basta uma simples análise das razões apontadas pelo PROCON para que se conclua que <u>não há nem jamais houve, em ponto algum da promoção, qualquer elemento que configure desrespeito a normas jurídicas, nem que a revista de abusividade</u>. Como demonstrado, o simples fato de a promoção ser dirigida a crianças não a torna ilícita, quanto menos passível de aplicação de sanção administrativa.

Até porque, como esclarece o artigo 71 do Estatuto da Criança e do Adolescente, "A criança e o adolescente têm direito a informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento". Na medida em que a publicidade tem por função justamente informar o mercado de consumo acerca das características de determinado produto, não seria absurdo concluir que a criança não apenas não pode ser privada da publicidade, como tem efetivo direito a ela – contanto, é claro, que a publicidade dirigida à criança respeite sua condição de pessoa em desenvolvimento.



RAYES, FAGUNDES & DLIVEIRA RAMOS



E é por isso mesmo que a publicidade dirigida ao público infanto-juvenil tem contornos tão diferentes daquela dirigida ao público adulto. Conforme estabelecido pelo ECA, a criança tem direito a produtos adequados à sua idade e ao seu estágio de desenvolvimento, e a publicidade, como qualquer outro bem ou serviço do mercado de consumo, deve também ser adequada à criança.

Expor a criança a publicidade de temática exclusivamente adulta, e privá-la daquela que ténha conteúdo próprio de seu universo – tal como a que se vale de personagens infantis, como a promoção "Del Valle Espremidinhos" – é negar à criança acesso não só aos produtos destinados ao seu consumo como, também, a todos os elementos culturais e informativos que, de forma adequada à condição da criança, possam compor a mensagem publicitária.

A jurisprudência, nesse sentido, é unânime em reconhecer a completa inexistência de abusividade em casos semelhantes³.

Seja como for, fato é que não há norma alguma (nem mesmo de autorregulamentação) que determine a proibição de publicidade de alimentos ao público infantil. O fato de a requerente, por vontade própria, respeitar as diretrizes estabelecidas no "Compromisso Público de Publicidade Responsável" firmado por importantes empresas do setor alimentício, não tem o condão de alterar esta realidade. Não cabe ao PROCON, portanto, enxergar proibição onde a lei não a determina. O PROCON, órgão fiscalizador da legislação consumerista, não pode de forma alguma pretender arrolar-se como órgão normativo do ramo de publicidade em alimentos, já que tal competência, como dito acima, é constitucionalmente reservada à Lei Federal.

Ao assim agir, conclui-se que o PROCON: (i) exacerbou os limites de sua atuação, agindo como órgão normativo, com a ingerência em matéria que não é de sua competência analisar; (ii) se valeu de uma série de critérios subjetivos e discricionários para a interpretação de conceitos jurídicos indeterminados; e (iii) ignorou solenemente as disposições do Estatuto da Criança e do Adolescente e do Código de Defesa do Consumidor, que em momento algum vedam a publicidade dirigida ao público infantil – apenas exigindo que tal publicidade respeite os demais princípios e normas vigentes no ordenamento jurídico.

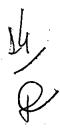


³ A respeito, vide os acórdãos anexos como documento 09.

cumento recebido eletronicamente da origem

RFOR

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS ADVOGADOS ASSOCIADOS



Mostra-se, portanto, inteiramente descabida a autuação, havendo de ser integralmente provida a presente demanda para anular a decisão administrativa tomada nos autos do no processo administrativo nº 1927/08, declarando-se a insubsistência do Auto de Infração nº. 0595 – série D7, e cancelando-se, em definitivo, a multa imposta contra a requerente.

3. DA INFRINGÊNCIA AO PRINCÍPIO DA LEGALIDADE. ABUSO DE PODER. EXTRAPOLAÇÃO DE COMPETÊNCIA DO REQUERIDO.

Como já observado acima, o auto de infração lavrado pelo PROCON baseiase numa suposta ilicitude da promoção "Del Valle Espremidinhos", entendo que tal campanha é abusiva na medida em que dirigida ao público infantil – aproveitando-se, supostamente, da "vulnerabilidade" das crianças para promover as vendas dos produtos Dell Valle.

Todavia, como já se demonstrou, a campanha veiculada pela requerente ateve-se às melhores práticas de propaganda reconhecidas pelo mercado publicitário, além de atender plenamente a todas as normas éticas de autorregulamentação estabelecidas pelo CONAR no que diz respeito à publicidade dirigida ao público infantil. Não houve qualquer abusividade na campanha – e apenas tal circunstância já seria suficiente para concluir pelo absoluto descabimento da autuação.

No entanto, há outra questão que não pode deixar de ser observada.

Como a requerente já bem apontou, muito embora seja reconhecida a necessidade de respeito a padrões éticos quando se fala em publicidade dirigida a crianças, é fato que não há, em qualquer ponto do ordenamento jurídico, seja na esfera legal ou regulamentar, qualquer norma que proíba a realização de publicidade de alimentos especificamente dirigida ao público infantil.

Deve-se observar, neste passo, que a própria decisão do recurso administrativo bem reconhece que ainda não existe, no ordenamento jurídico, nenhuma



RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS ADVOCADOS ASSOCIADOS



norma que proíba a realização de publicidade direcionada ao público infantil. Muito embora haja algumas discussões — polêmicas — a respeito, bem como um projeto de lei ainda em fase de tramitação, fato é que, até o presente momento, não há norma alguma que limite ou restrinja a realização de publicidade direcionada a crianças.

Com efeito, deve-se lembrar, neste passo, que o PROCON não tem competência para editar nem integrar normas, sendo órgão meramente fiscalizatório da legislação consumerista. O papel do PROCON é, apenas, o de fiscalizar se estão sendo cumpridas as normas editadas pelos órgãos reguladores competentes.

No caso específico da publicidade, como se viu, a competência para instituir proibições ou restrições de qualquer natureza não fica nas mãos de qualquer órgão regulador – trata-se, isso sim, de matéria reservada exclusivamente a **Lei Federal**, conforme claramente estabelecido no artigo 220, § 3°, da Constituição Federal:

"Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

(:..)

§ 3° - Compete à lei federal:

(...)

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente."

A respeito da aplicabilidade do mencionado dispositivo, é de se observar que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA editou, recentemente a Resolução RDC nº 24, de 15 de junho de 2010, por meio da qual "dispõe sobre a oferta, propaganda, publicidade, informação e outras práticas correlatas" no que tange a alimentos considerados não saudáveis.



ocumento recebido eletronicamente da origem

RFOR

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS



Vale dizer: através de tal resolução, a ANVISA tentou impor uma série de restrições à veiculação de publicidade de alimentos considerados "não-saudáveis", sob o pretexto de estar exercendo sua competência legal de órgão regulador do setor de alimentos.

No entanto, tão logo tal resolução foi editada, já foi objeto de inúmeras impugnações judiciais — que versavam, exatamente, sobre o fato de a ANVISA não ter qualquer competência para criar normas restritivas ao setor de publicidade, cuja competência, por dispositivo constitucional expresso, fica reservada à Lei Federal.

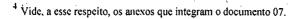
De forma praticamente unânime, os Juízos e Tribunais decidiram pela suspensão liminar da eficácia da Resolução RDC nº 24/2010, justamente por reconhecer que a competência para instituir restrições à propaganda é matéria de reserva legal⁴.

Neste sentido, importa observar que, se não é da ANVISA o papel de regulamentar a publicidade (mesmo dentro de seu setor específico, de alimentos), muito menos deverá tal papel caber ao PROCON — órgão que deve se limitar à aplicação da legislação de consumo, e que sequer tem competência para criar normas dentro de seu âmbito de atuação (posto tratar-se de órgão de fiscalização, e não normativo).

Assim, a bem da verdade, não há nada na legislação – muito menos na legislação consumerista – que determinasse à requerente se abster de veicular a promoção "Del Valle Espremidinhos" na forma como veiculada.

Assim, não há como chegar a outra conclusão que não a de que <u>o auto de</u> infração lavrado pelo PROCON pretende punir a requerente pela realização de um ato que não está proibido, de forma alguma, nas normas legais aplicáveis.

A esse respeito, nunca é demais lembrar que o art. 5°, inciso II, da Constituição Federal Brasileira dispõe que "Ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei". Isto é, o particular não pode ser compelido a observar quaisquer exigências que não estejam explícita e claramente estipuladas em lei:





RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS AOVOCADOS ASSOCIADOS



"Art. 5° (...)

 // - ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei;

(...)

XIII - <u>é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer..."</u>

Observa-se, portanto, que <u>não se pode punir a requerente por praticar ato</u> <u>que não é de forma alguma proibido por lei</u>. Não se pode puni-la pelo descumprimento de qualquer "obrigação" se esta não possui fundamento legal.

Basta, com efeito, uma simples leitura do auto de infração e da decisão do recurso para que se conclua que a punição da requerente se deu por entendimento pautado em argumentos e interpretações que não possuem qualquer base legal ou regulamentar, em indevida ingerência em área reservada constitucionalmente a Lei Federal — o que, além de ser arbitrário, fere o princípio da legalidade e da livre iniciativa da requerente.

Como se sabe, os entes integrantes da administração pública estão sujeitos à observância de diversos princípios, dentre eles o princípio da legalidade. A esse respeito, oportunos os ensinamentos de MARIA SYLVIA ZANELLA DI PIETRO⁵:

"Segundo o princípio da legalidade, a Administração Pública só pode fazer o que a lei permite. (...) Em decorrência disso, a Administração pública não pode, por simples ato administrativo, conceder direitos de qualquer espécie, criar obrigações ou impor vedações aos administrados; para tanto, ela depende de lei".

A imposição de quaisquer medidas adicionais configura, com a devida vênia, arbítrio da requerida, visto que baseadas em critérios puramente subjetivos e desprovidas de amparo legal. Enfatize-se que o agente público deve primar sempre pela legalidade e pela impessoalidade dos atos administrativos, as quais impõem o afastamento de qualquer subjetividade na regulamentação e fiscalização da vida do particular.

⁵ DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. *Direito Administrativo*. Editora Atlas, 2004, p 68.



PAYES, FAGUNDES & OLÍVEIRA RAMOS ADVINSADOS ASSOCIADOS



Se assim não agiu a requerida, há desvio ou abuso de poder. É válida a lição de BANDEIRA DE MELLO⁶ acerca da teoria de desvio de poder:

"... Ocorre desvio de poder, e, portanto, invalidade, quando o agente se serve de um ato para satisfazer finalidade alheia à natureza do ato utilizado. Há, em conseqüência, um mau uso da competência que o agente possui para praticar atos administrativos, traduzidos na busca de uma finalidade que simplesmente não pode ser buscada ou, quando possa, não pode sê-lo através do ato utilizado..."

E, de acordo com JOSÉ DOS SANTOS CARVALHO FILHO:

"...Excesso de poder é a forma de abuso própria do agente <u>fora</u> dos limites de sua competência administrativa. Nesse caso, ou o agente invade atribuições cometidas a outro agente, ou se arroga o exercício de atividades que a lei não lhe conferiu..."

Na hipótese vertente, poder-se-ia, mesmo, cogitar de abuso de poder, na modalidade excesso de poder, eis que a autuação e imposição de multa pela requerida se deu em extrapolação aos limites de sua competência administrativa, invadindo atribuições reservadas pela Constituição ao Legislador Federal, e se arrogando ainda no exercício de atividades a que a lei não lhe conferiu competência.

Tanto assim que, como mencionado, o auto de infração lavrado pelo PROCON não menciona em momento algum qual artigo de lei ou determinação regulamentar foi infringido pela requerida durante a campanha promocional "Del Valle Espremidinhos", limitando-se a basear a aplicação da penalidade num suposto descumprimento ao artigo 37, § 2°, do Código de Defesa do Consumidor – norma portadora de **conceito jurídico indeterminado**, carente de regulamentação específica para que possa ser aplicada na prática.

De fato, o conceito de publicidade abusiva, trazido pelo caput do artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor, é conhecido na doutrina como **conceito jurídico indeterminado**, isto é, expressão de critérios jurídicos abertos, vagos em sua interpretação,

⁶ BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. Curso de Direito Administrativo. 17ª ed., Malheiros.



RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS



os quais servem como <u>diretivas de conduta</u>. Estes conceitos são, por óbvio, <u>condicionados às demais disposições legais e regulamentares co-existentes</u>.

Vale traçar um paralelo entre discricionariedade administrativa e conceito jurídico indeterminado, para se demonstrar bem as diferenças entre os dois. Discricionariedade administrativa é "a <u>margem de liberdade que remanesça ao administrador para eleger</u>, segundo critérios consistentes de razoabilidade, <u>um, dentre pelo menos dois comportamentos cabíveis</u>, ... a fim de cumprir o dever de adotar a solução mais adequada à satisfação da <u>finalidade legal</u>".

Por seu turno, conceitos jurídicos indeterminados, nos dizeres de SAINZ MORENO⁸, "son expresión de criterios jurídicos y, por tanto, constituyen la expresión de ideas rectoras de las decisiones administrativas, <u>en ningún caso fuente de discricionariedad</u>".

Já ANTONIO FRANCISCO DE SOUSA⁹ observa que o tema "conceitos jurídicos indeterminados" possui peculiaridade no âmbito do Direito Administrativo, já que no Direito Civil e Penal o Poder Judiciário é o único órgão que aplica a lei ao caso concreto, enquanto naquele, o juiz tem a função de fiscalizar se a Administração deu a correta interpretação e aplicação de tais conceitos.

Os conceitos jurídicos indeterminados não comprometem o controle jurisdicional, uma vez que se tratam de interpretação de norma – juízo de legalidade – e não uma mera apreciação pautada em juízo de conveniência e oportunidade.

No caso em comento, a requerida <u>interpretou o conceito de "publicidade</u> <u>abusiva" de forma absolutamente subjetiva, e com fundamentos baseados em meras especulações, invadindo campo de competência que a própria Constituição deixou reservado à Lei Federal.</u>

Por conta de tais fatos, haverá esse douto Juízo de julgar totalmente procedente a presente ação para <u>decretar a nulidade e ineficácia do Auto de Infração nº 0595 D7 e do Procedimento Administrativo nº 1927/08, cancelando-se, em definitivo, a multa imposta contra a requerente.</u>

BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. Discricionariedade e Controle Jurisdicional. 2º Ed., 2003, São Paulo: Editora Malheiros, p. 48.

⁸ "Conceptos jurídicos, interpretación y discricionariedad administrativa", Madrid, Ed Civitas, 1976, p. 312:

⁹ SOUSA, Antonio Francisco de. Conceitos Indeterminados no Direito Administrativo. Coimbra: Almedina, 1994, p.18.

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMO ADVOGADOS ASSOCIADOS



4. DA AUSÊNCIA DE PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE NA FIXAÇÃO DO VALOR DA MULTA.

Sem prejuízo de todo o quanto acima exposto, ainda que fosse o caso de falarse na infração ao dispositivo apontado e, portanto, de aplicação de penalidade de multa à
requerente, cumpre ressaltar que <u>a fixação do quantum da penalidade pautou-se em
critérios absolutamente subjetivos, estipulados em portaria do PROCON
(Portaria Normativa nº 14, de 16 de outubro de 2003), evidentemente
extrapolando o quanto previsto no Código de Defesa do Consumidor.</u>

Isto porque, segundo os artigos 56, inciso I, e 57, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor, a penalidade imposta deverá levar em consideração a capacidade econômica da requerente.

O Código de Defesa do Consumidor não prevê os critérios de aferição da condição econômica do fornecedor, o que não significa, por outro lado, que o fornecedor deva ficar à mercê de critérios subjetivos escolhidos pelo agente público (como se deu na "estimativa" de receita bruta mensal de R\$ 15.800.000,00). De igual forma, <u>não podem eles fixar, através de portarias, os valores a serem considerados para cálculo da condição econômica</u>.

Note-se que ao ser consagrado o princípio da legalidade em nossa ordem constitucional, seguiu-se a antiga tradição no sentido de não se tolerar que a Administração Pública, valendo-se de regulamentos, portarias ou resoluções, pudesse por si mesma transigir com a liberdade e com os direitos individuais dos cidadãos, o que, evidentemente, levaria a nação às sombrias terras do arbítrio e do abuso de poder.

Nesse sentido, no que concerne aos critérios adotados para a aferição da capacidade econômica da requerente, cumpre comentar que: (i) deveriam ser descontados, no mínimo, os tributos e outras despesas envolvidas nas atividades da requerente e incluídas na sua receita bruta; e (ii) toda e qualquer aferição deveria restringir-se ao produto objeto da discussão, qual seja: o néctar "Del Valle".



RAYES, FAGUINDES & OLIVEIRA RAMOS



Ademais, não foram claramente justificados — ou melhor, não foram justificados em absoluto — quais os critérios que levaram à fixação do valor da multa imposta à requerente, uma vez que não se comprovou nenhum dano aos consumidores, tampouco a alardeada gravidade da conduta. Além disso, tampouco se comprovaram as presumidas vantagens econômicas que teriam sido auferidas pela requerente.

Por estas razões, constata-se que a penalidade de multa imposta à requerente é excessiva. Assim, caso esse respeitável Juízo haja por bem não decretar a nulidade e ineficácia do Auto de Infração nº 0595 D7 e do Procedimento Administrativo nº 1927/08, deixando, consequentemente, de cancelar a multa imposta à requerente, o que admite-se apenas por argumentar, entende a requerente deva tal multa ser reformada, havendo de ser reduzida a patamares razoáveis.

DA ANTECIPAÇÃO DOS EFEITOS DA TUTELA

Tendo em vista o quanto exposto acima, mostra-se sobejamente plausível o direito à obtenção de provimento desse jaez, escudada que está a ora requerente em razões de peso, acima expostas, configura-se, cristalinamente, a plausibilidade das alegações trazidas, embasadas na Carta Magna, artigos 5°, incisos II, XIII, XXXVI, 170 e 220, § 3°, III, bem como nos princípios constitucionais da proporcionalidade e legalidade.

Destarte, estando esta exordial instruída com prova inequívoca dos fatos acima narrados, cuja verossimilhança, assim, é patente, encontra-se suficientemente preenchido o primeiro dos requisitos exigidos pelo artigo 273 do Código de Processo Civil10 para a antecipação dos efeitos da tutela aqui pleiteada.

Por outro lado, é certo que, caso não seja deferida a antecipação de tutela, prejuízos de maior monta ainda poderão advir à esfera jurídica da requerente, o que, pois, caracteriza o segundo pressuposto da antecipação de tutela ora pleiteada.

¹⁰ "Art. 273. O juiz poderá, a requerimento da parte, antecipar, total ou parcialmente, os efeitos da tutela pretendida no pedido inicial, desde que, existindo prova inequívoca, se convença da verossimilhança da alegação e:

I - haja fundado receio de dano irreparável ou de dificil reparação"

Documento recebido eletronicamente da origem

RFOR

RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RÁMOS



O que se receia é que a requerida poderá providenciar a inscrição do combatido débito na dívida ativa ou, ainda, promover execução fiscal contra a requerente, o que justifica o pedido de antecipação de tutela.

Este temor é reforçado pela intimação recebida pela requerente, em 17/01/2011, da decisão que negou provimento ao recurso administrativo, a qual foi acompanhada de boleta de pagamento da multa fixada no valor de R\$ 37.093,33 (trinta e sete mil e noventa e três reais e trinta e três centavos), com prazo de vencimento que se esgotou no dia 11 de fevereiro de 2011 (vide documento 08).

Assim, patente o risco de dano irreparável à requerente, caso se aguarde o regular trâmite da presente demanda, para somente então, ao final, obter ordem judicial que determine a anulação da decisão administrativa proferida pela requerida, devendo, ao menos, obstar-se a execução da multa aplicada.

Estão presentes, portanto, os requisitos do artigo 273 do Código de Processo Civil – prova inequívoca e fundado receio de dano – a legitimar a antecipação dos efeitos da tutela reclamada a final.

Desse modo, a antecipação dos efeitos da tutela ora pleiteada, presentes estão os requisitos do artigo 273, inciso I, do Código de Processo Civil, consoante o ensinamento de SÉRGIO BERMUDES¹¹:

"...o instituto da tutela antecipada, mediante o qual se permite ao juiz, atendidos os requisitos indicados no próprio dispositivo, atender, no todo ou em parte, o pedido formulado na ação, em momento anterior ao da prolação da sentença, assim prevenindo ou solucionando, provisoriamente, a lide, antes que a sentença se componha...".

Assim, diante do quanto demonstrado, e ante o cabal preenchimento dos requisitos autorizadores da antecipação de tutela ora pretendida, a requerente requer a ordem liminar que, em caráter *inaudita altera pars*, roga lhe seja concedida.

¹¹ in "Comentários ao Código de Processo Civil", Tomo III - arts. 154-281, 4ª edição, forense, Rio de Janeiro, 1997.

RAYES, FAGUNOES & OLIVEIRA RAMOS



Tal medida impõe-se, repise-se, para resguardar o direito da requerente, evitando assim seu perecimento, sob pena de se tornar inócua a futura – e certa – procedência deste feito.

Portanto, se a requerente efetivamente se mostra apta à busca do presente remédio, certo é, contudo, que a utilidade e eficácia desse provimento de mérito se colocam em xeque, pelo perigo que há na própria demora em sua outorga.

De outra forma, caso opte este douto Juízo pelo depósito do valor de R\$ 37.093,33 (trinta e sete mil e noventa e três reais e trinta e três centavos), a requerente ofertará carta de fiança na aludida quantia, visando garantir o Juízo, para que seja concedida a antecipação dos efeitos da tutela.

Assim, é necessária a concessão da antecipação de tutela para que <u>a</u> requerida se abstenha de: (i) restringir direitos administrativos da requerente; (ii) providenciar a inscrição do débito na dívida ativa; (iii) proceder-lhe a execução fiscal; bem como (iv) registrar o nome da empresa no CADIN, até que seja definitivamente anulada a decisão administrativa tomada no Procedimento Administrativo nº 1927/08, originado do Auto de Infração nº 0595 D7, cancelando-se, em definitivo, a multa imposta contra a requerente.

6. PEDIDOS E PROTESTOS

À vista do todo exposto, serve a presente para, com fulcro nos argumentos apresentados, inclusive dispondo-se a requerente a ofertar caução em garantia, requerer a concessão de <u>antecipação de tutela a fim de suspender, de imediato, as penalidades impostas pela requerida, em especial quanto à multa que lhe foi imposta, por conta do auto de infração de número 0595 – série D7 e no processo administrativo nº 1927/08, fazendo, ainda, com que a requerida se abstenha de: (i) restringir direitos administrativos da requerente; (ii) providenciar a inscrição do débito na dívida ativa; (iii) proceder-lhe a execução fiscal, (iv) bem como registrar o nome da empresa no CADIN.</u>



RAYES, FAGUNDES & OLIVEIRA RAMOS ADVOGADOS ASSOCIADOS



Requer-se seja, ao final, confirmada a antecipação de tutela, por conta dos argumentos expostos nos tópicos '1', '2', '3' e '4' supra, anulando-se a decisão administrativa tomada nos autos do no processo administrativo nº 1927/08 e declarando-se a insubsistência do Auto de Infração nº. 0595 — série D7, cancelando-se, em definitivo, a multa imposta contra a requerente.

<u>Subsidiariamente</u>, requer-se a redução do montante fixado na multa para patamares razoáveis, face à ausência de proporcionalidade e razoabilidade do valor estipulado, como exposto no tópico '5' supra.

Protesta-se por todos os meios de prova em direito admitidos, sem exceção.

Dá-se à presente o valor de R\$ 37.093,33 (trinta e sete mil e noventa e três reais e trinta e três centavos), para os fins de alçada.

Termos em que,

Pede Deferimento.

São Paulo, 16 de março de 2011:

Luiz Gustavo de Oliveira Ramos

OAB/SP 128.998

Eduardo Vital Chaves

OAB/SP 257.874

OAB/SP 292.34

Pasta 46855 LGOR\EVC\TDC Del Valle - Procon - Açao anulatória - inicial doc