

**EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) DOUTOR(A) JUIZ(A) DE DIREITO DA __ VARA
CÍVEL DA COMARCA DE GOIÂNIA – GO**

RESUMO: DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. VENDAS ONLINE DE COSMÉTICOS EM “LIVES PROMOCIONAIS”. PUBLICIDADE ENGANOSA. DESCUMPRIMENTO DE OFERTA E DO PRAZO. FALTA DE ENTREGA E REEMBOLSO. CONSTATAÇÃO PELO PROCON GOIÁS. DANO MORAL COLETIVO E INDIVIDUAL. TUTELA DE URGÊNCIA. 1. ACP ajuizada pelo MPMGO contra Wepink – Savi Cosméticos Ltda e seus sócios, em razão da prática reiterada de lesão a consumidores em vendas realizadas por “lives promocionais”, com descumprimento de ofertas, não entrega de produtos ou fora do prazo avençado, retenção indevida de valores, produtos estragados e exclusão de críticas nas redes sociais. PÓS-VENDA (SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor) ineficiente, parte automatizada, causando insatisfação, inconformismo, desencanto, aborrecimento, indignação, irritação e desapontamento nos clientes. (ofensa ao Código de Defesa do Consumidor, artigos 30, 35, 36 e 37). 2. A exclusão de críticas e reclamações de consumidores em redes sociais viola os princípios da transparência e da informação, agravando a lesão coletiva. 3. A responsabilidade dos fornecedores é objetiva e solidária em toda a cadeia de consumo (Código de Defesa do Consumidor, artigos 7º, par. único; 25, § 1º; 14). **CONFISSÃO PÚBLICA E ESPONTÂNEA.** A Wepink, através de sócio, confessou que (i) vendeu o que não tinha (faltava matéria-prima confessadamente); (ii) prometeu o que não podia cumprir - prazos de 14 dias úteis quando não havia nem matéria para produção; (iii) continuou vendendo mesmo vendo a demanda dobrar - de 200 mil para 400 mil pedidos; (iv) recebeu e captou pagamentos antecipados por produtos que sabia não poder entregar; (v) criou falsas urgências através de “flash sales” quando na verdade os produtos nem existiam fisicamente!!! 4. Pedido de **DUAS ESPÉCIES DE INDENIZAÇÃO por danos morais.** Pedido de **condenação específica** a título de dano moral coletivo no valor de 5 milhões. E, pedido de **condenação genérica** (declarando-se o direito à indenização) **em benefício de todos consumidores prejudicados**, de modo que na fase de execução será debatido apenas a quantia ou os valores que serão liquidados individualmente. Na fase de cumprimento de sentença, mediante habilitação simplificada, bastará ao consumidor, munido da decisão, apresentar: 1. **Prova da relação de consumo:** comprovante de compra, transferência bancária, captura de tela da compra ou e-mail de confirmação; 2. **Prova do atraso ou do vício de qualquer natureza na prestação do serviço.** A conduta ilícita **reiterada** e prolongada enseja dano moral coletivo e reparação individual. 5. Estão presentes os requisitos para a concessão de tutela de urgência, a fim de impedir a continuidade das práticas abusivas e resguardar a efetividade da decisão judicial.

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS**, por meio da Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor, vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência, com fundamento nos artigos 1º, inciso II, 5º, 129, inciso III da CF, artigo 25, inciso IV da Lei nº 8.625/93, artigos 81 e 82 do CDC, propor a presente **AÇÃO CIVIL PÚBLICA E COLETIVA DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR, COM PEDIDO DE TUTELA DE URGÊNCIA** em face de:

SAVI COSMETICOS LTDA, (WEPINK) pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº 42.422.967/0001-01, com sede no Município de São Paulo, na Avenida Jabaquara, nº 2.080, Mirandópolis, CEP: 04046-400, telefone (11) 9596-4258, com endereço eletrônico: administrativo.wepink@wepink.com.br

VIRGÍNIA PIMENTA DA FONSECA SERRÃO

THIAGO STABILE

CHAOPENG TAN

I - DOS FATOS

Trata-se de Inquérito Civil nº 202500260294, que tramitou na 70ª Promotoria de Justiça da Comarca de Goiânia, originada a partir de reclamação realizada de forma anônima, informando que a empresa Wepink – Savi Cosméticos Ltda. (CNPJ:

42.422.967/0001-01), vem de forma reiterada lesando vários direitos dos consumidores.

A empresa, alavancada pela expressiva notoriedade de sua sócia, a influenciadora digital (Virgínia Fonseca) emprega rotineiramente estratégia de “lives” promocionais (transmissão de vídeos ao vivo para audiência online).

Nessas transmissões, a influenciadora VIRGÍNIA juntamente com o outro sócio, THIAGO Stabile e sua esposa SAMARA, promovem **divulgação de produtos de beleza e cosméticos com descontos substanciais** e em formato de “flash sale” (tática mercadológica que consiste em ofertar produtos ou serviços com descontos significativos por um período de tempo exíguo e predeterminado).

O propósito principal dessa estratégia é fomentar um **senso de urgência** no consumidor, compelindo-o a adquirir o item de forma imediata antes do término da

Página 2 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000



Tribunal de Justiça do Estado de Goiás

Documento Assinado e Publicado Digitalmente em 07/10/2025 19:06:01

Assinado por ELVIO VICENTE DA SILVA

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

promoção, de forma a alavancar as vendas em um curto espaço de tempo, criando um cenário de pressão psicológica e imediatismo que induz o consumidor à compra impulsiva.

Registra ainda a denúncia que as vendas são gigantes, **com inúmeras reclamações PÓS-VENDA, principalmente sobre a falta de entrega dos produtos, a dificuldade de contato para cancelamentos e estornos.** E apesar disto, a empresa mantém a realização desses eventos ao vivo e *online*. Inclusive, a própria influenciadora divulga em suas redes sociais os lucros milionários obtidos.

Por fim, destaca-se que diversas matérias jornalísticas relatam que **a Wepink já acumula mais reclamações do que bancos e empresas de telefonia**, setores historicamente líderes em INSATISFAÇÃO dos consumidores com pós-venda.

Conforme reportagem publicada no portal Splash UOL, em 21/03/2025, somente nos últimos seis meses a requerida recebeu mais de 70 mil queixas. <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2025/03/21/wepink-virginia-reclamacoes.amp.htm>.

A notícia relatou que, no ano de 2024, foram registradas 90.856 (noventa mil, oitocentas e cinquenta e seis) reclamações no site, o que representa uma média de aproximadamente **250 (duzentas e cinquenta) por dia.**

Ressalte-se que o fato de a empresa ostentar reputação considerada “regular”, com índice alto de solução, não afasta a constatação da má prestação de serviços após a compra, em prejuízo aos consumidores.

Registre-se que **quando um número expressivo de 90 (noventa) mil consumidores reclamam do produto e da entrega no site oficial RECLAME AQUI** em apenas 1 ano, isso revela uma crise muito maior, pois representa **a ponta do iceberg.** Dados do setor defesa do consumidor indicam que para cada reclamação formal registrada existe um número exponencialmente maior de cidadãos lesados que permanecem em SILÊNCIO. A maioria opta por não comprar novamente ou aceitam o

Página 3 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Valor: R\$ 5.000.000,00
PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO -> Processo de Conhecimento -> Procedimento de Conhecimento -> Procedimentos Especiais -> Procedimentos Regidos por Outros Códigos, Lei
GOIÂNIA - 4ª UPP VARAS CÍVEIS E AMBIENTAIS: 13ª, 14ª, 15ª E 16ª
Usuário: Elvio Vicente da Silva - Data: 08/10/2025 15:45:46



prejuízo. Portanto, não se sabe o número real de pessoas prejudicadas, que **pode ser de 3 até 10 vezes superior ao registrado formalmente.**

Acrescenta-se, ainda, que a empresa **tem por prática excluir comentários negativos em suas redes sociais**, tanto os relacionados a falta de entrega quanto aqueles que denunciam a má qualidade de determinados produtos, numa clara tentativa de ocultar a realidade vivenciada pelos consumidores.

Apesar de a tática de marketing mencionada ser, em tese, lícita, o uso sistemático pela requerida tem se revelado um instrumento de **lesão em massa aos consumidores**. Isso ocorre porque, após a aquisição, a empresa **falha de maneira reiterada e grave no cumprimento da sua obrigação fundamental de entrega dos produtos**. Tal conduta (**PÓS-VENDA** defeituoso e estressante) configura uma violação de direitos e deveres básicos da relação de consumo, justificando a intervenção judicial.

Visando oportunizar o contraditório e a ampla defesa, em reunião realizada nesta Promotoria de Justiça, em 24 de junho de 2025, às 14h30min, presidida por este signatário, com a presença do **Dr. Felipe dos Santos de Paula, OAB 348415/SP, e da Sra. Elisângela Correa da Silva, representantes da Wepink-Savi Cosméticos**, foram prestadas as seguintes informações: (i) a requerida atua no comércio eletrônico de cosméticos e perfumaria, registrando aproximadamente **1 milhão de pedidos mensais**, com apenas quatro anos de atividade, **estando ainda em fase de consolidação de processos internos**; (ii) o prazo de entrega informado é de 14 dias úteis, entretanto foram reconhecidas diversas reclamações, inclusive dentro do referido prazo, atribuídas à forte exposição da marca associada à influenciadora Virgínia Fonseca; (iii) a gestão de pedidos segue o sistema FIFO, sendo facultado ao consumidor, em caso de ruptura de estoque, optar por aguardar, trocar ou receber estorno.

A empresa relatou reuniões diárias de monitoramento com gestores de diferentes áreas, expansão de centros de distribuição em São Paulo, Minas Gerais e Goiânia, além da manutenção de cerca de 150 franquias físicas. Informou, ainda, a

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

ampliação do setor de atendimento, hoje com 202 funcionários, prestado via WhatsApp com 30% de automação, e registro das interações por quatro anos.

Apesar do elevado número de reclamações em plataformas digitais, notadamente no **Reclame Aqui**, a requerida destacou a baixa proporção de processos judiciais e registros em Procon diante do volume de vendas. Ressaltou, por fim, que **vem adotando plano de melhorias**, com incremento da capacidade operacional, automação, expansão logística e campanhas de orientação às consumidoras quanto aos prazos de entrega. A íntegra da reunião encontra-se registrada nos autos.

Em seguida, **a empresa apresentou defesa administrativa**, a qual informou que no ano de 2025 (de 01 de janeiro até 31 de maio de 2025), **realizou 1.983.963** (um milhão novecentos e oitenta e três mil, novecentos e sessenta e três) vendas. Dessas vendas, até a presente data, 94% (noventa e quatro por cento) dos pedidos foram entregues; 3,7% (três vírgula sete por cento) foram enviados e estão em rota de entrega; 0,73% (zero vírgula setenta e três por cento) encontram-se atrasados; 0,59% (zero vírgula cinquenta e nove por cento) estão faturados aguardando coleta da transportadora; 0,49% (zero vírgula quarenta e nove por cento) foram devolvidos ao remetente e 0,36% (zero vírgula trinta e seis por cento) foram cancelados a pedido dos consumidores.

Consignou que, em Goiás, no período entre maio/2024 e maio/2025, a empresa totalizou 363.662 (trezentos e sessenta e três mil e seiscentos e sessenta e duas) vendas. Deste número, **ocorreram atrasos nos despachos de 15% (quinze por cento) das compras (ou seja, atrasos apenas em Goiás de 54 mil casos)**.

Defendeu que os índices demonstram que 85% (oitenta e cinco por cento) das compras realizadas on-line são devidamente entregues dentro do prazo. Quanto à porcentagem de ocorrências de atraso, explicou que pode ser por fatores alheios ao seu controle, tais como intermitências cotidianas, aumento da demanda, questões logísticas, problemas ocorridos junto à transportadora e incongruências nos dados fornecidos pelos consumidores ao inserir o endereço no momento da compra, além dos casos em que os

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

consumidores não são localizados no endereço fornecido, fazendo com que o pedido seja devolvido ao Centro de Distribuição.

Discorreu que, com a finalidade de expansão e aprimoramento de seus serviços, visando ter uma maior celeridade nas entregas dos pedidos e atendimento aos clientes, ampliou seus Centros de Distribuição, contando com 5 (cinco), estando eles localizados nos estados de Minas Gerais, São Paulo e Goiás.

Além disso, verberou que estaria aumentando o quadro de funcionários, contando atualmente com 657 (seiscentos e cinquenta e sete) colaboradores. Por fim, para que os consumidores tenham mais opções para adquirir os produtos e não fiquem limitados ao e-commerce, a empresa conta com 150 (cento e cinquenta) lojas físicas, sendo 8 (oito) delas no Estado de Goiás.

Ao ser provocado, o Procon Goia's revelou a **existência de 47 reclamações formais**. Desse total, 18 se referem a` **falta de entrega de produtos**, 28 a` **propaganda enganosa** e 1 a outra infração. Esses dados oficiais demonstram a natureza coletiva do problema e a flagrante violação sistemática do Código de Defesa do Consumidor.

Por conseguinte, expedimos **RECOMENDAÇÃO** ministerial para adequação do pós-venda (em anexo), o que não apaga **nem faz desaparecer os transtornos já ocasionados** contra a grande massa de consumidores prejudicados (razão de existir da presente demanda).

Em resposta, a empresa verberou que todas as recomendações sugeridas já são aplicadas pela empresa ou estão em fase de implementação.

Entretanto, em análise realizada na plataforma **Reclame Aqui**, verificou-se um volume expressivo de reclamações, com média atual aproximada de 177 registros diários, apontando falhas nas entregas, descumprimento de ofertas e dificuldades de reembolso. Em análise complementar, verificou-se ainda, **no perfil oficial da empresa no Instagram**, um grande número de comentários negativos, em que consumidores reiteram tais queixas e acrescentam críticas a` qualidade dos produtos, a` disparidade entre o

Página 6 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de JustiçaRua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

prometido e o entregue, bem como ao suporte po's-venda, que tem sido considerado ineficiente e marcado pela sensação de descaso.

Além disso, a certidão expedida mediante consulta ao sistema **Projudi** identificou a existência de **12 ações judiciais em andamento** contra a empresa somente no Estado de Goiás, bem como **25 processos já concluídos e arquivados** envolvendo a mesma sociedade empresária, **todos descrevendo práticas abusivas**.

Em nova informação acostada pelo Procon Goiás, o Órgão constatou a existência de um número expressivo de reclamações, sendo 230 (duzentos e trinta) no ano de 2024 e 110 (cento e dez) no ano de 2025, resultando na lavratura do **Auto de Infração 14075**, em razão da **constatação de práticas infrativas à legislação consumerista**.

Assim sendo, restou **clarividente a prática abusiva (e reiterada) perpetrada pela requerida**, não restando outra alternativa ao Ministério Público senão o ajuizamento desta ação coletiva de consumo, objetivando a tutela jurisdicional para prevenção e reparação dos danos causados aos consumidores.

I.1. Drama coletivo de pós-venda dos consumidores lesados

As 90.856 reclamações formais registradas em 2024 revelam drama humano coletivo de milhares de consumidores ludibriados, em suas expectativas mais básicas, APO'S aquisição de produtos.

Seduzidos pela confiança depositada em influenciadora de renome nacional, realizaram compras legítimas mas depararam-se com realidade brutal de **total descaso pós-venda**: produtos jamais entregues, atendimento inexistente, reembolsos ignorados sistematicamente, canais de comunicação propositalmente obstruídos.

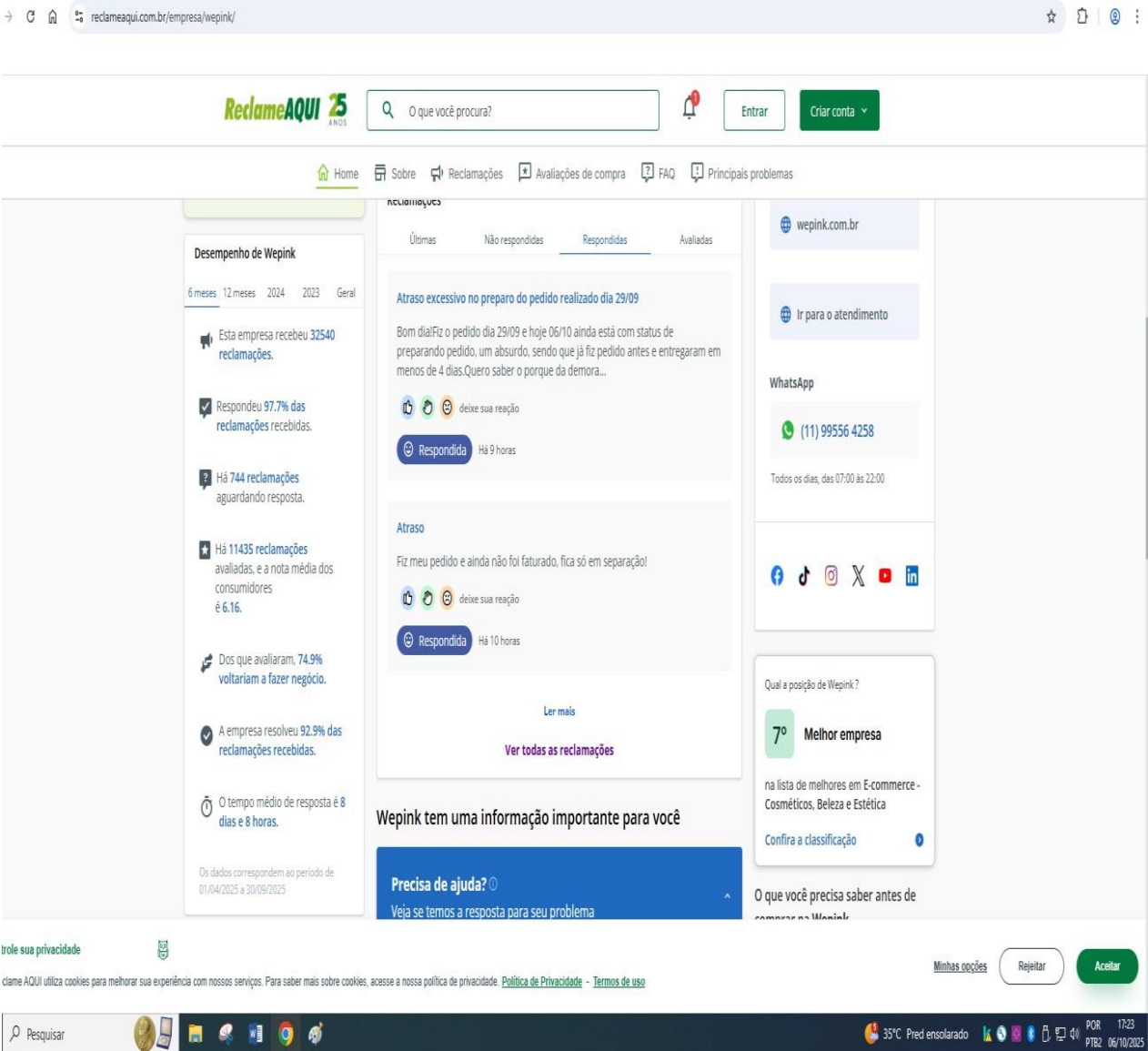
Cabe consignar que o **pós-venda** ineficiente constitui verdadeiro ESTRESSE para qualquer consumidor, **submetendo-o a situações de irritação, calvário e peregrinação** para solução de seu drama: WhatsApp que não responde (por IA), e-mails ignorados, ETC. Quando conseguem contato, enfrentam ciclo interminável de promessas vazias que jamais

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

se concretizem. A automação de 30% do atendimento (conforme confessado pelos representantes da empresa) torna-se **barreira adicional** com respostas padronizadas que ignoram problemas específicos.

Na data de 06.10.2025, efetuando vistoria no site reclame aqui, consta que as **reclamações continuam a todo vapor**. A Wepink recebeu 32540 reclamações formais nos últimos 6 meses. Cumpre destacar que, em determinados dias, o número de novas queixas chega a marca de 177 diárias evidenciando a dimensão da insatisfação do público consumidor (abaixo print pesquisa de 06.10.2025 - <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/wepink/>).



Valor: R\$ 5.000.000,00
PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO -> Processo de Conhecimento -> Procedimento de Conhecimento -> Procedimentos Especiais -> Procedimentos Regidos por Outros Códigos, Lei
GOIÂNIA - 4ª UPP VARAS CÍVEIS E AMBIENTAIS: 13ª, 14ª, 15ª E 16ª
Usuário: Elvio Vicente da Silva - Data: 08/10/2025 15:45:46

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

Consumidores demonstram **ansiedade e esgotamento emocional com pós-venda**, verificando diariamente envios inexistentes, sentimentos de humilhação ao serem sistematicamente ignorados. Muitos, especialmente em **vulnerabilidade econômica (hipossuficientes)** e os de **baixa instrução (que sequer sabem formular reclamações)**, comprometeram parcela significativa da renda familiar expectingando produtos nunca entregues, gerando abalo psicológico e financeiro prolongado.

A **exclusão sumária de comentários críticos** (um dos tópicos da denúncia), por fim, nas redes sociais agrava o trauma. Cria também percepção de que os consumidores foram silenciados e invisibilizados como inconvenientes descartáveis. Este desamparo institucional gera danos psicológicos que transcendem valores monetários. Configura violação à dignidade humana e justifica reparação moral coletiva. Abaixo reclamação de exclusão de comentário de consumidor¹ em 14.07.25.

reclameaqui.com.br/wepink/body-scrubs-endurecidos-e-falta-de-resposta-da-empresa_hcitJyOoSDvtLA_s/

ReclameAQUI 25 ANOS

O que você procura?

os melhores do Brasil em atendimento.

Voto indicada ao Prêmio Reclame AQUI 2025.

VOTE JÁ NA VERO

Veja também: todas as reclamações, não respondidas, respondidas, finalizadas

Body scrubs endurecidos e falta de resposta da empresa

Wepink

Osasco - SP 14/07/2025 às 12:41 ID: 222022539

Produto com defeito

Comprei dois body scrubs e ambos ficaram endurecidos, praticamente viraram pedras. Já enviei inúmeras mensagens pelo WhatsApp e ainda não recebi resposta. Estou tentando resolver esse problema desde março.

Fico surpresa ao ver que, após fazer um simples comentário no Instagram da marca relatando essa situação, meu comentário foi apagado em menos de duas horas. Porém, para resolver o problema do cliente, parece que levam meses.

O tempo gasto apagando comentários negativos poderia ser melhor aproveitado para solucionar os problemas dos consumidores.

Os body scrubs estão impossíveis de usar. Quero devolver os produtos e receber o meu dinheiro de volta.

Respondida

¹ https://www.reclameaqui.com.br/wepink/body-scrubs-endurecidos-e-falta-de-resposta-da-empresa_hcitJyOoSDvtLA_s/

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Assinado por ELVIO VICENTE DA SILVA

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

I.2. Defesa administrativa da Wepink

Durante reunião no **Gabinete da Promotoria**, houve o levantamento de uma tese defensiva que abordaremos neste momento: “*consumidores estariam reclamando para o produto chegar mais cedo*” (uma espécie de “pressão” na empresa).

A requerida, em evidente tentativa de desvirtuar a realidade dos fatos, apresenta tese singularmente criativa: muitos de seus MAIS DE 90 MIL reclamantes (2024) não seriam consumidores lesados, mas sim “*fãs excessivamente ansiosos*” da influenciadora Virgínia, que supostamente registram queixas mentirosas apenas para “*acelerar entregas*”.

Isso é como **colocar culpa no consumidor!** Segundo essa lógica inovadora, **quando alguém paga por um produto e não o recebe, ao reclamar formalmente nos órgãos de defesa do consumidor estaria, na verdade, demonstrando amor incondicional pela marca** (ou influencer) para que sua aquisição chegue antecipadamente.

Seguindo esse raciocínio equivocado de **imputar responsabilidade ao consumidor pelas reclamações formais**, poderíamos concluir que: as mais de 90 mil reclamações no *Reclame Aqui* representariam, em realidade, **cartas de aceleração ou de antecipação de entrega**. E quanto aos pedidos de reembolso e de desistência? E os comentários críticos sistematicamente excluídos das redes sociais? E os produtos não entregues no prazo? E os produtos com defeitos? São pontos de insatisfação do consumidor relatados em tal site.

Lamentavelmente, a realidade é que **toda reclamação formal no pós-venda contra WEPINK indica INSATISFAÇÃO, INCONFORMISMO, DESENCANTO, ABORRECIMENTO, INDIGNAÇÃO, IRRITAÇÃO e DESAPONTAMENTO; não admiração ou desejo lúdico de antecipar a entrega.**

O consumidor que paga e não recebe o seu produto tem direito líquido e certo à **entrega ou reembolso**, independentemente do grau de AFEIÇÃO que nutra pela influenciadora contratada para promover a marca. Portanto, o que existe é uma

Página 10 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de JustiçaRua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

inequívoca **prestação de serviço defeituosa** (ou evidente incapacidade operacional; ou produção menor que os pedidos formulados).

O caso evidencia uma prática preocupante: **o uso da influência digital para gerar demanda sem a devida estrutura logística para atendê-la**. Consumidores que confiaram na reputação da influenciadora encontram-se em situação de vulnerabilidade, aguardando produtos que não são entregues nos prazos prometidos (**geram propaganda enganosa, quanto aos prazos declarados**).

Esta situação (excesso de reclamações) configura não apenas má gestão, mas também levanta questões sobre responsabilidade social e ética **nas vendas digitais**. A falta de planejamento adequado entre capacidade promocional e operacional pode resultar em danos significativos à confiança do público e potenciais implicações legais relacionadas aos direitos do consumidor.

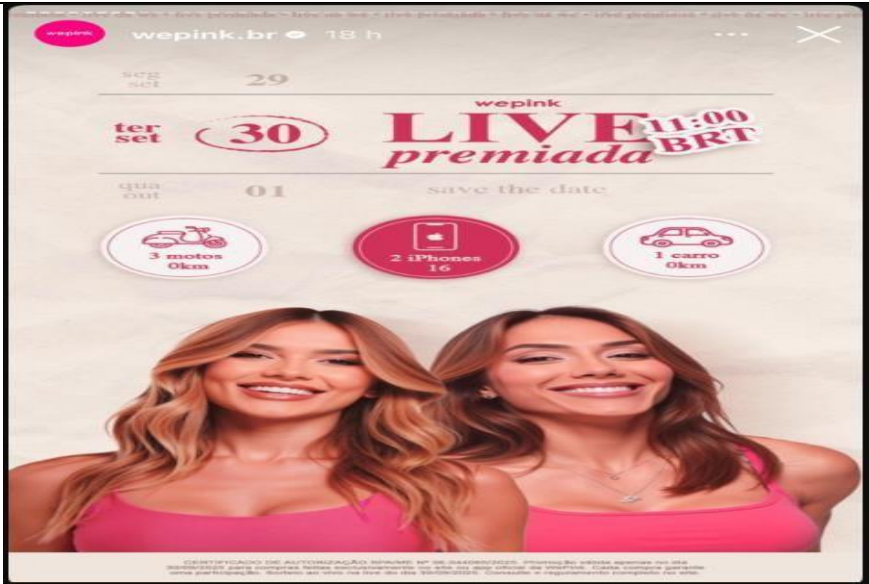
A gravidade do caso se intensifica quando consideramos **o alcance das redes sociais e o número potencial de consumidores afetados** por essa desorganização operacional. A quantidade de reclamações aponta para **publicidade desleal e comercialização defeituosa (sem produtos em estoque e má-operação pós venda)**.

E isso tudo viola **direitos individuais fundamentais de consumidores**, com **agressão ao bem-estar psicológico coletivo**, transformando o que seria uma experiência positiva de consumo **em fonte de preocupação, ansiedade, frustração e sofrimento alheio**.

Enquanto isso, a influenciadora **continua com suas "lives"** (última do dia 30.09.2025) para impulsionar mais vendas, que agora contam com mais **"atrativos"**, a saber, **com sorteios de motos e carro 0 km, iphones**, conforme se vê abaixo:

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>



DA CONFISSÃO QUALIFICADA e PÚBLICA DOS SÓCIOS DURANTE TRANSMISSÃO AO VIVO - VENDA DELIBERADA ALÉM DA CAPACIDADE DE ENTREGA, PROBLEMAS DE ABASTECIMENTO E AUSÊNCIA DE MATÉRIA-PRIMA

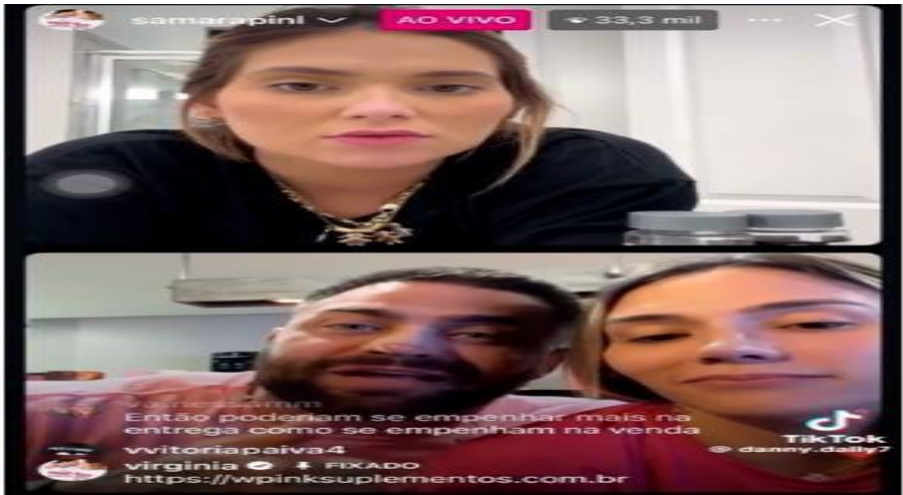
Em uma live, em anexo, temos algumas **confissões do Thiago, acompanhado da Samara e da Virgínia**: “de fato, tivemos com problemas de abastecimento pois a gente cresceu muito rápido”; “matérias primas acabam”; “nós tínhamos 200 mil faturamentos por mês e saltou para 400 mil...então eu peço um pouquinho de paciência”. A confissão foi gravada e postada pela consumidora **danny.dally7**, no TikTok e por outros internautas. (<https://vm.tiktok.com/ZMAHmbBTa/>)

THIAGO: "A gente tinha 200 mil faturamentos por mês. A gente saltou de 200 mil faturamentos por mês para 400 mil faturamentos por mês. Então eu peço do fundo do coração, **em meu nome, em nome da Samara, em nome da Virgínia, um pouquinho de paciência**, porque vai chegar, a gente não está fazendo ninguém de bobo, ou sei lá, enfim, às vezes eu vejo algumas coisas que deixam chateado, mas assim, eu sei qual é a nossa base, os nossos clientes, aqueles que compram, **tanto que nossas lives continuam sempre sendo sucesso, todos os lançamentos**, porque vocês confiam na gente, de fato, **tivemos um problema de abastecimento, porque a gente cresceu muito rápido**. Sim. Estamos resolvendo? Sim. O que a gente mais quer e está trabalhando é para chegar em sete, cinco dias na sua casa. Porque tem pessoas que brincam e falam, pô, está vindo da China. **De fato, demora**. Algumas vezes sim, **porque algumas matérias primas acabam**, porque a gente vende muito. Mas estamos resolvendo. Estamos aqui dando as nossas carinhas para bater de fato, porque a gente vai resolver, tá bom? Obrigado por todo mundo, pela compreensão, por sempre estar comprando. E agora vamos de promoção da WP." (NOSSO NEGRITO)

Vejam abaixo alguns comentários revoltosos dos consumidores (vítimas dos requeridos):

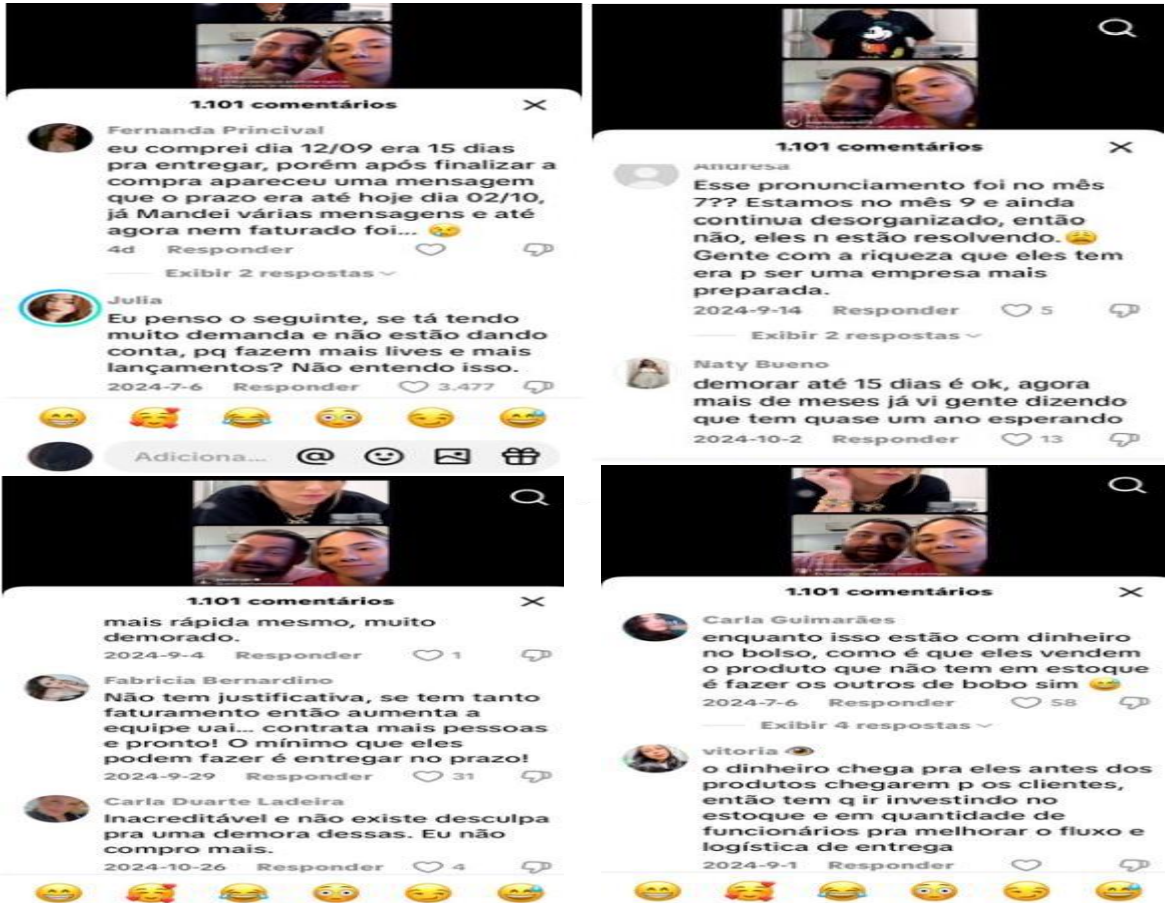
Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>



Consumidora em 2024, em comentários abaixo dos rostos de Virgínia, Thiago e Samara, na *live*, declara sua insatisfação: *“então poderiam se empenhar mais na entrega como se empenham na venda”*

Outros comentários dentro do post da danny.dally7 (exemplo aleatório):



Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

São fatos **gravíssimos** que demonstram inequivocamente a má-fé empresarial e o dolo na condução das vendas massivas, pois: **1. Confessaram publicamente que a demanda inicial era de 200.000 (duzentos mil) pedidos. 2. admitiram que essa demanda dobrou para 400.000 (quatrocentos mil) pedidos (ou seja, não é falta de verba, pois o faturamento é altíssimo e poderiam contratar mais funcionários). 3. declararam que faltou matéria-prima para atender os pedidos. 4. revelaram publicamente a ocorrência de ATRASOS generalizados nas entregas.**

Esta confissão pública, realizada pelos próprios sócios-administradores em transmissão ao vivo com alcance de milhares de espectadores, **constitui prova plena, incontestável e espontânea da conduta dolosa praticada:** vender deliberadamente produtos que sabiam não poder entregar.

Muitas consumidoras **gravaram depoimentos de insatisfação em várias redes sociais.** Citamos a título de exemplo: @larafloress; @dadaydaily; @larissa.malacarne2 – do TikTok, que narraram o aborrecimento, no TikTok, sendo que alguns tiveram **até 03 meses de ATRASO.**

<https://vm.tiktok.com/ZMAHmGDQx/>

<https://vm.tiktok.com/ZMAHmVBVR/>

<https://vm.tiktok.com/ZMAHmT98L/>

A GRAVIDADE DA CONFISSÃO PÚBLICA PELOS PRÓPRIOS SÓCIOS

A confissão não foi obtida mediante interrogatório judicial ou intimação ministerial, mas declarada voluntariamente pelos próprios sócios. **Foi espontânea; pública; por múltiplos sócios; para os próprios consumidores; registrada e reprodutível.** Não há como alegar desconhecimento ou boa-fé. Boa-fé seria interromper as vendas ao constatar insuficiência; má-fé é continuar vendendo e recebendo pagamentos sabendo da impossibilidade de entrega, pois continuaram as *lives*!

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

Portanto, a wepink (i) vendeu o que não tinha (faltava matéria-prima confessadamente); (ii) prometeu o que não podia cumprir - prazos de 14 dias úteis quando não havia nem matéria para produção; (iii) continuou vendendo mesmo vendo a demanda dobrar de 200 mil para 400 mil pedidos; (iv) recebeu e captou pagamentos imediatos e antecipados por produtos que sabia não poder entregar; (v) criou falsas urgências através de “flash sales” quando na verdade os produtos nem existiam fisicamente!!!

Esta conduta configura **má-fé contratual qualificada**, indo muito além de mera inadimplência ou dificuldade operacional. Trata-se de estratégia empresarial dolosa de captar recursos financeiros massivos mediante promessas que os próprios **administradores**² sabiam serem impossíveis de cumprir.

Estas condutas configuram publicidade enganosa dolosa (cdc, art. 37, §1º), prática abusiva consciente (cdc, art. 39) e descumprimento deliberado de oferta (cdc, art. 35), justificando reparação civil agravada.

Portanto, não se trata de mera responsabilidade objetiva da pessoa jurídica, mas de responsabilidade subjetiva dos administradores, que devem responder pessoal e ilimitadamente pelos danos causados.

Está evidente que **os sócios sabiam** que não entregariam a todos; tinham ciência de que muitos reclamariam; mas assumiram o risco de que o lucro das vendas superaria os custos das reclamações; contaram com a inércia da maioria dos consumidores lesados.

Portanto, pelos próprios lábios dos sócios-réus, resta confessada a prática sistemática, consciente, deliberada e dolosa de lesão massiva aos direitos dos

² Os sócios tinham conhecimento direto e pessoal da situação; Participaram ativamente da gestão que gerou os danos massivos; Decidiram conscientemente continuar vendendo apesar da insuficiência confessada; Utilizaram sua influência pessoal (especialmente Virgínia) para induzir consumidores à compra de produtos inexistentes.



Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

consumidores, justificando integralmente todos os pedidos formulados nesta Ação Civil Pública.

DA MATERIALIDADE E DA REITERAÇÃO DAS CONDUTAS CONSTATADAS PELO PROCON GOIÁS

Em diligências, o Procon Goiás constatou a má-fé da Wepink, consignando que a empresa possui junto ao órgão um número expressivo de reclamações e denúncias, **ultrapassando 200 (duzentas)**, entre os anos de 2024 e 2025, sendo a maioria dessas reclamações referem-se à compra realizada pelo site <https://www.wepink.com.br/> e a menção ao atraso e falta de entrega do produto; não estorno dos valores pagos; dificuldade de cancelamento da compra; inacessibilidade de contato ou comunicação com representantes da empresa.

Na averiguação, o Órgão de Fiscalização constatou práticas infrativas cometidas pela WePink, pois continuaram recebendo denúncias e reclamações, e, em análise a uma dessas denúncias aberta no Setor de Fiscalização (Denúncia nº 6961460-1), foi possível apurar as seguintes práticas abusivas, que atingem o âmbito da coletividade. Vejamos o relato da Fiscal de Relações de Consumo do Procon Goiás:

"a) empresa anuncia e comercializa produtos de perfumaria e cosméticos em âmbito nacional, mas não respeita os prazos de entrega informados no momento da compra, comunicando tentativas de entrega sem comprovação efetiva. Mesmo após atualização do endereço fornecido pelo consumidor, o produto não é entregue, **tendo transcorrido prazo de 07 (sete) meses desde a aquisição, sem solução adequada.** b) O consumidor, diante da mora injustificada, solicita o cancelamento da compra e a restituição dos valores pagos. Contudo, **verificou-se resistência da empresa em efetivar o cancelamento e o estorno, conforme documentação anexa.** Tal conduta configura descumprimento de oferta, nos termos do art. 35 do CDC, sendo facultado ao consumidor exigir: i) o cumprimento forçado da obrigação; ii) outro produto equivalente; iii) a rescisão contratual com restituição integral da quantia paga, inclusive despesas de envio, acrescida de eventuais perdas

Página 16 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

e danos. c) Ademais, a ausência de estipulação de novo prazo de entrega após o descumprimento do prazo original **caracteriza prática abusiva, vedada pelo art. 39, II e XII do CDC, em afronta aos princípios da boa-fé objetiva e da confiança legítima do consumidor**".

Diante disso, **lavrou-se Auto de Infração 14075**, na data de 26 de agosto de 2025 (78907549), pois **as condutas constatadas configuram infrações à legislação consumerista, em especial**: art. 6º, IV, do CDC – Direito básico do consumidor à informação adequada e à proteção contra práticas abusivas; art. 30 c/c art. 35 do CDC – Vinculação da oferta e descumprimento contratual; art. 39, II e XII, do CDC – Práticas abusivas (recusa injustificada de atendimento às demandas do consumidor e descumprimento de prazos sem justificativa plausível); art. 12, II e XI, do Decreto no 2.181/1997 – Infrações às normas de defesa do consumidor (descumprimento de obrigação e prática abusiva reiterada).

II – DO DIREITO

II.1. Cabimento da tutela coletiva e legitimidade ativa.

No caso em tela, os fatos narrados configuram interesses individuais homogêneos previstos no artigo 81º, parágrafo único, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista que decorrem de uma mesma origem fática: **as condutas comerciais da requerida, ofertas em lives, não entrega de produtos, ausência de reembolso e baixa qualidade dos produtos**. Tais práticas atingem uma pluralidade de consumidores determinados ou determináveis, e a **homogeneidade decorre da repetição do mesmo ilícito**, ainda que os danos patrimoniais variem de acordo com o prejuízo de cada consumidor.

Assim, o sistema de tutela coletiva, ao abarcar esses direitos, busca conferir efetividade e racionalidade ao acesso à justiça, evitando a pulverização de milhares de ações individuais que sobrecarregariam o Poder Judiciário e dificultariam a solução uniforme da questão. Dessa forma, a Ação Civil Pública, além de juridicamente cabível,

Página 17 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

mostra-se o instrumento processual mais adequado e eficiente para a proteção dos consumidores no caso concreto.

II.2. Relação de consumo, vulnerabilidade e boa-fé.

A relação estabelecida entre os consumidores e a requerida insere-se inequivocamente no conceito de **relação jurídica de consumo**, visto que a ré figura como fornecedora de produtos e serviços, nos termos do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor. Do mesmo modo, os adquirentes qualificam-se como consumidores finais, conforme dispõe o artigo 2º do referido diploma legal. Tal configuração atrai a incidência imediata e integral do microssistema consumerista, cujas normas possuem natureza de ordem pública e interesse social, como dispõe o artigo 1º do Código de Defesa do Consumidor.

No âmbito dessas relações, **aplica-se o princípio da vulnerabilidade do consumidor** (artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor), reconhecido pela doutrina e pela jurisprudência como pressuposto lógico e jurídico para a própria existência do direito. Essa vulnerabilidade, de ordem técnica, jurídica, informacional e econômica, é presumida de forma absoluta no plano material, servindo como critério de qualificação do consumidor.

O Superior Tribunal de Justiça já consolidou entendimento no sentido de que as **normas protetivas possuem caráter de ordem pública e interesse social**, destacando o princípio da vulnerabilidade como ponto de partida do sistema consumerista, ao lado dos princípios da transparência, da boa-fé objetiva e da confiança. Em importante precedente, ficou assentado que o **dever de informação** é desdobrado em diversas dimensões (conteúdo, utilização, preço e advertência), **devendo sempre ser adequado, claro, preciso e ostensivo**, sob pena de violação ao direito básico de informação do consumidor (REsp n. 586.316/MG, Rel. Min. Herman Benjamin, Segunda Turma, julgado em 17/4/2007, DJe de 19/3/2009). Vejamos:

DIREITO DO CONSUMIDOR. ADMINISTRATIVO. NORMAS DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. ORDEM PÚBLICA E INTERESSE SOCIAL. PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE DO

Página 18 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Valor: R\$ 5.000.000,00
PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO -> Processo de Conhecimento -> Procedimento de Conhecimento -> Procedimentos Especiais -> Procedimentos Regidos por Outros Códigos, Lei
GOIÂNIA - 4ª UPP VARAS CÍVEIS E AMBIENTAIS: 13ª, 14ª, 15ª E 16ª
Usuário: Elvio Vicente da Silva - Data: 08/10/2025 15:45:46

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

CONSUMIDOR. PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA. PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA. PRINCÍPIO DA CONFIANÇA. OBRIGAÇÃO DE SEGURANÇA. DIREITO À INFORMAÇÃO. DEVER POSITIVO DO FORNECEDOR DE INFORMAR, ADEQUADA E CLARAMENTE, SOBRE RISCOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS. DISTINÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO-CONTEÚDO E INFORMAÇÃO-ADVERTÊNCIA. ROTULAGEM. PROTEÇÃO DE CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS. CAMPO DE APLICAÇÃO DA LEI DO GLÚTEN (LEI 8.543/92 AB-ROGADA PELA LEI 10.674/2003) E EVENTUAL ANTINOMIA COM O ART. 31 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. MANDADO DE SEGURANÇA PREVENTIVO. JUSTO RECEIO DA IMPETRANTE DE OFENSA À SUA LIVRE INICIATIVA E À COMERCIALIZAÇÃO DE SEUS PRODUTOS. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS POR DEIXAR DE ADVERTIR SOBRE OS RISCOS DO GLÚTEN AOS DOENTES CELÍACOS. INEXISTÊNCIA DE DIREITO LÍQUIDO E CERTO. DENEGAÇÃO DA SEGURANÇA.(...).5. O direito à informação, abrigado expressamente pelo art. 5º, XIV, da Constituição Federal, é uma das formas de expressão concreta do Princípio da Transparência, sendo também corolário do Princípio da Boa-fé Objetiva e do Princípio da Confiança, todos abraçados pelo CDC.6. No âmbito da proteção à vida e saúde do consumidor, o direito à informação é manifestação autônoma da obrigação de segurança.7. Entre os direitos básicos do consumidor, previstos no CDC, inclui-se exatamente 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? (art. 6º, III).8. Informação adequada, nos termos do art. 6º, III, do CDC, é aquela que se apresenta simultaneamente completa, gratuita e útil, vedada, neste último caso, a diluição da comunicação efetivamente relevante pelo uso de informações soltas, redundantes ou destituídas de qualquer serventia para o consumidor.9. Nas práticas comerciais, instrumento que por excelência viabiliza a circulação de bens de consumo, 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 (art. 31 do CDC).10. A informação deve ser correta (verdadeira), clara (de fácil entendimento), precisa (não prolixa ou escassa), ostensiva (de fácil constatação ou percepção) e, por óbvio, em língua portuguesa.11. A obrigação de informação é desdobrada pelo art. 31 do CDC, em quatro categorias principais, imbricadas entre si: a) informação-conteúdo (características intrínsecas do produto e serviço), b) informação-utilização (como se usa o produto ou serviço), c) informação-preço (custo, formas e condições de pagamento), e d) informação-advertência (riscos do produto ou serviço),(...) 22. Recurso Especial parcialmente conhecido e, nessa parte, provido.(REsp n. 586.316/MG, relator Ministro Herman Benjamin, Segunda Turma, julgado em 17/4/2007, DJe de 19/3/2009.). Negritei.

In casu, a vulnerabilidade mostra-se ainda mais acentuada em razão da utilização de estratégias agressivas de **marketing digital**, especialmente em redes sociais, que exploram técnicas de persuasão psicológica e criam uma falsa sensação de urgência “corrida contra o tempo”. Tais práticas reduzem significativamente a capacidade crítica do consumidor no momento da aquisição.

A vulnerabilidade é, portanto, o verdadeiro pilar do Direito do Consumidor, impondo ao fornecedor o dever de agir segundo a boa-fé objetiva. Esse princípio estabelece a necessidade de conduta ética, leal, transparente e cooperativa em todas as etapas da relação contratual, de modo a proteger a parte mais frágil, conforme previsto no artigo 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor.

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

Todavia, no caso concreto, o ponto central é que a ré atua reiteradamente na oferta massificada de produtos **sem assegurar a devida entrega**, ou no prazo estipulado, omitindo canais eficazes de comunicação e dificultando reembolsos, caracterizando assim, flagrante violação dos deveres de boa-fé, transparência e equilíbrio contratual, além de afronta direta aos princípios que regem as relações de consumo.

II.3. Oferta, publicidade e práticas abusivas.

No regime jurídico do Código de Defesa do Consumidor, toda oferta vincula o fornecedor, gerando obrigação de cumprimento nos termos dos artigos 30º e 35º. Tal regra assegura a confiança legítima do consumidor, princípio central nas relações contratuais de consumo. Desse modo, qualquer informação veiculada em *lives*, *websites* promocionais ou redes sociais da requerida e de seus representantes integra automaticamente o contrato, não podendo ser descumprida sem violação à lei.

Além disso, a **publicidade deve ser clara, precisa e de fácil identificação** (artigo 36 do Código de Defesa do Consumidor). Ademais, **é vedada a publicidade enganosa**, entendida como aquela **que induz o consumidor a erro quanto a preço, disponibilidade**, características ou qualquer outro dado relevante (artigo 37, §1º, do Código de Defesa do Consumidor). Igualmente, considera-se ilícita a publicidade abusiva, que se vale de elementos emocionais, pressão temporal ou da fragilidade do público-alvo para induzir comportamentos prejudiciais (artigo 37, §2º, do Código de Defesa do Consumidor).

No caso concreto, a estratégia de vendas da requerida, baseada em “ofertas-relâmpago” e “quantidades limitadas”, caracteriza típico exemplo de prática abusiva por apelo à urgência. **Isso se agrava porque os produtos anunciados frequentemente não são entregues ou se mostram indisponíveis de forma reiterada**. Ademais, quando a entrega é realizada, constata-se a má qualidade dos itens, que chegam ao consumidor danificados e **na tentativa de reembolso não há meios de comunicação eficiente para tal**, frustrando ainda mais a expectativa legítima criada pela oferta.

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

A conduta de reter valores pagos sem a entrega do produto, além de dificultar cancelamentos e reembolsos, enquadra-se no artigo 39º, inciso V, do Código de Defesa do Consumidor, que veda a exigência de vantagem manifestamente excessiva. Incide igualmente o artigo 39º, inciso IV, que proíbe o fornecedor de se prevalecer da fraqueza ou ignorância do consumidor. Essa prática mostra-se ainda mais grave diante do uso intensivo da imagem de influenciadora digital para conferir credibilidade às ofertas, explorando a confiança de milhões de seguidores, muitos deles hipervulneráveis, seja por menor grau de instrução, seja pela forte suscetibilidade à publicidade.

Diante desse cenário, resta claro que a conduta da requerida afronta não apenas o texto exposto do Código de Defesa do Consumidor, mas também seus princípios estruturantes: a vulnerabilidade do consumidor, que reconhece sua posição de desvantagem na relação de consumo; a boa-fé objetiva, que impõe comportamento ético e leal às partes; a reparação integral dos danos sofridos; a responsabilidade objetiva do fornecedor; o dever de informação clara e adequada; e o princípio da harmonização das relações de consumo, que busca o equilíbrio entre interesses do consumidor e do fornecedor, em consonância com a função social da atividade econômica. Tais violações legitimam a necessária intervenção jurisdicional por meio da presente Ação Civil Pública.

II.4. Comércio eletrônico e deveres regulatórios (SAC).

As relações de consumo estabelecidas por meio da internet, incluindo as chamadas *lives commerce*, enquadram-se no regime do comércio eletrônico, disciplinado pelo Decreto nº 7.962/2013, que regulamenta o Código de Defesa do Consumidor nesse ambiente virtual. O diploma impõe requisitos mínimos de transparência e segurança, como a identificação clara e ostensiva do fornecedor (CNPJ), razão social, endereço físico e eletrônico, a disponibilização de meios de atendimento eficazes, a confirmação imediata da compra e a facilitação do exercício do direito de arrependimento (artigo 4º).

No caso em tela, a requerida não apenas deixa de fornecer informações acessíveis e canais adequados de atendimento, como também dificulta reiteradamente o exercício do direito de arrependimento previsto no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, que

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

assegura ao consumidor a possibilidade de rescindir o contrato no prazo de 7 (sete) dias, contados do recebimento do produto ou da compra, com reembolso imediato de todos os valores pagos, inclusive o frete. A negativa ou demora injustificada no cumprimento desse direito constitui flagrante prática abusiva.

De igual modo, o Decreto nº 11.034/2022, que regulamenta o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), reforça que todo fornecedor deve garantir atendimento acessível, eficaz e com prazos determinados, vedando expressamente a criação de obstáculos artificiais ao cancelamento de compras e ao reembolso. A conduta da ré, **consistente em dificultar ou inviabilizar o contato dos consumidores para cancelamentos e devoluções, afronta diretamente tais normas** e compromete a efetividade da proteção consumerista no ambiente digital.

O Superior Tribunal de Justiça já reconheceu que o comércio eletrônico não afasta a plena incidência do Código de Defesa do Consumidor, cabendo ao fornecedor assegurar mecanismos eficazes de atendimento e informação, sob pena de responsabilidade objetiva pelos danos causados. Ainda, nos termos da jurisprudência pacífica da Suprema Corte, a responsabilidade no sistema do Código de Defesa do Consumidor é solidária, ainda mais no comércio eletrônico, onde o consumidor não tem contato físico com os fornecedores. Vejamos:

PROCESSUAL CIVIL E CONSUMIDOR. AGRAVO INTERNO NOS EMBARGOS DE DECLARAÇÃO NO RECURSO ESPECIAL. AUSÊNCIA DE INTERESSE E LEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO. INOCORRÊNCIA. PROCON. ILÍCITO ADMINISTRATIVO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA. POSSIBILIDADE. PRECEDENTES.(...).2. **Esta Corte tem entendimento no sentido de que o Ministério Público tem legitimidade ativa para a propositura de ação civil pública destinada à defesa de direitos individuais homogêneos de consumidores, ainda que disponíveis, pois se está diante de legitimação voltada à promoção de valores e objetivos definidos pelo próprio Estado.** Precedente: REsp 1.254.428/MG, Rel. Ministro João Otávio de Noronha, Terceira Turma, DJe 10/06/2016.3. **A jurisprudência do STJ tem se manifestado no sentido de que a responsabilidade no sistema do CDC é solidária, mais ainda no comércio eletrônico, onde o consumidor não tem contato físico com os fornecedores.** Precedentes: REsp 1.816.631/SP, Rel. Min. Herman Benjamin, Segunda Turma, DJe 11/10/2019; AgRg no AREsp 680.394/SP, Rel. Min. Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, DJe 29/10/2015.4. Agravo interno não provido.(AgInt nos EDcl no REsp n. 1.760.965/SC, relator Ministro Benedito Gonçalves, Primeira Turma, julgado em 21/6/2021, DJe de 23/6/2021.). Negritei.

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

Ademais, merece destaque a prática da requerida de **excluir sistematicamente comentários negativos postados por consumidores em suas redes sociais, notadamente no Instagram e durante as transmissões ao vivo. Isso porque tais comentários, que denunciam a não entrega de produtos, a ausência de reembolso e a má qualidade dos itens fornecidos, são apagados para preservar artificialmente a imagem da empresa.** Tal conduta, além de falsificar a percepção do público sobre a reputação da marca, agrava a violação ao dever de transparência e à boa-fé objetiva, visto que impede que outros consumidores tenham ciência das experiências negativas já vivenciadas por clientes anteriores, o que perpetua a prática abusiva em larga escala.

Nesse sentido, tem-se o entendimento do Superior Tribunal de Justiça.

DIREITO CIVIL E DO CONSUMIDOR. INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO CDC. GRATUIDADE DO SERVIÇO. INDIFERENÇA. PROVEDOR DE CONTEÚDO. FISCALIZAÇÃO PRÉVIA DO TEOR DAS INFORMAÇÕES POSTADAS NO SITE PELOS USUÁRIOS. DESNECESSIDADE. MENSAGEM DE CONTEÚDO OFENSIVO. DANO MORAL. RISCO INERENTE AO NEGÓCIO. INEXISTÊNCIA. CIÊNCIA DA EXISTÊNCIA DE CONTEÚDO ILÍCITO. RETIRADA IMEDIATA DO AR. DEVER. DISPONIBILIZAÇÃO DE MEIOS PARA IDENTIFICAÇÃO DE CADA USUÁRIO. DEVER. REGISTRO DO NÚMERO DE IP. SUFICIÊNCIA.(...) 6. **Ao oferecer um serviço por meio do qual se possibilita que os usuários externem livremente sua opinião, deve o provedor de conteúdo ter o cuidado de propiciar meios para que se possa identificar cada um desses usuários, coibindo o anonimato e atribuindo a cada manifestação uma autoria certa e determinada. Sob a ótica da diligência média que se espera do provedor, deve este adotar as providências que, conforme as circunstâncias específicas de cada caso, estiverem ao seu alcance para a individualização dos usuários do site, sob pena de responsabilização subjetiva por culpa in omittendo.**(...)8. Recurso especial a que se nega provimento.(REsp n. 1.193.764/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 14/12/2010, DJe de 8/8/2011.).

A utilização de influenciadora digital Virgínia (que possui mais de 52 milhões de seguidores no Instagram) para amplificar sua credibilidade e a imposição de “corrida contra o tempo” nas “lives” promocionais exploram a vulnerabilidade psicológica dos consumidores (jovens e com menor experiência em compras online), violando seu direito ao tempo adequado para reflexão sobre a compra.

II.5. Inexecução da oferta: consequências jurídicas.

A oferta, no âmbito consumerista, não se trata de mera expectativa: **é obrigação legalmente vinculante** como dispõe o artigo 30º, do Código de Defesa do Consumidor.

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

Isso significa que, **uma vez divulgada, passa a integrar o contrato de consumo, criando para o fornecedor o dever de cumpri-la em sua integralidade.** A inexecução dessa oferta configura inadimplemento contratual qualificado, com graves consequências jurídicas.

O artigo 35º do Código de Defesa do Consumidor, dispõe que se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento a` oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor podera', alternativamente e a` sua livre escolha:

- I - **exigir o cumprimento forçado da obrigação**, nos termos em que a oferta foi publicizada;
- II - aceitar produto ou serviço equivalente;
- III - rescindir o contrato, **com restituição imediata da quantia paga**, devidamente atualizada, acrescida de perdas e danos.

Essa pluralidade de opções evidencia a centralidade do princípio da autonomia protetiva do consumidor, conferindo-lhe a escolha da solução mais adequada ao seu interesse.

No presente caso, verifica-se um **inadimplemento massivo e reiterado!**

São inúmeros consumidores relatando a não entrega dos produtos e a retenção indevida de valores, sem restituição imediata. Essa conduta enquadra-se também no artigo 42º, para. único, do Código de Defesa do Consumidor, que prevê a repetição do indébito em dobro, com juros e correção monetária, salvo engano justificável hipótese afastada pela evidência de má-fé e sistematicidade da prática, incompatível com qualquer alegação de erro pontual.

Além disso, a persistência de falhas na entrega ou na qualidade do produto atrai a incidência dos artigos 18º a 20º do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por

Página 24 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Valor: R\$ 5.000.000,00
PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO -> Processo de Conhecimento -> Procedimento de Conhecimento -> Procedimentos Especiais -> Procedimentos Regidos por Outros Códigos, Lei
GOIÂNIA - 4ª UPP VARAS CÍVEIS E AMBIENTAIS: 13ª, 14ª, 15ª E 16ª
Usuário: Elvio Vicente da Silva - Data: 08/10/2025 15:45:46

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

§ 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

§ 4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do § 1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do § 1º deste artigo.

§ 5º No caso de fornecimento de produtos in natura, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

Art. 19. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - o abatimento proporcional do preço;

II - complementação do peso ou medida;

III - a substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios;

IV - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

§ 1º Aplica-se a este artigo o disposto no § 4º do artigo anterior.

§ 2º O fornecedor imediato será responsável quando fizer a pesagem ou a medição e o instrumento utilizado não estiver aferido segundo os padrões oficiais.

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§ 2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

Vale ressaltar que tais garantias não afastam a cumulação com pedidos indenizatórios por danos materiais e morais, tampouco impedem a aplicação de sanções administrativas previstas no artigo 56º do Código de Defesa do Consumidor e ações coletivas para prevenir a repetição da prática.

Diante desse quadro, resta claro que a requerida não apenas viola obrigações contratuais assumidas perante cada consumidor, mas atinge de forma difusa a própria confiança do mercado de consumo, esvaziando a credibilidade das relações jurídicas e gerando efeitos coletivos nocivos. **A inexecução da oferta, no contexto analisado, não é um descumprimento isolado, mas sim uma prática abusiva estruturada e reiterada**, cujo combate exige resposta firme do Poder Judiciário, de modo a recompor os direitos lesados e a prevenir a repetição de condutas semelhantes no futuro.

II.6. Responsabilidade objetiva e solidária.

O sistema de responsabilidade do Código de Defesa do Consumidor é objetiva, fundamentado na teoria do risco do empreendimento prevista no artigo 14º do dispositivo legal. Assim, pouco importa a comprovação de dolo ou culpa, bastando a demonstração do dano e do nexo causal com a atividade econômica desenvolvida pelo fornecedor. Aquele que auferir proveito da exploração de mercado deve suportar os riscos inerentes.

Ademais, o Código de Defesa do Consumidor consagra o princípio da solidariedade na cadeia de consumo. O artigo 7º, para. único, e o artigo 25º, § 1º, **preveem que todos os fornecedores envolvidos na produção, oferta, publicidade e comercialização do produto respondem solidariamente** pelos danos causados ao consumidor.

No caso em análise, **isso significa que tanto a empresa Wepink – Savi Cosméticos Ltda., diretamente responsável pela operação comercial** e beneficiária econômica dos resultados, **quanto seus** representantes e promotores da oferta, que ativamente

Página 26 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

impulsionam a confiança do consumidor na marca, **devem responder solidariamente pelos prejuízos ocasionados.**

Naõ cabe, portanto, a` requerida tentar eximir-se de responsabilidade mediante a transfere`ncia de culpa a terceiros, como fornecedores, transportadores ou plataformas digitais. A solidariedade prevista em lei garante ao consumidor a faculdade de demandar qualquer dos integrantes da cadeia de fornecimento, assegurando a reparação integral do dano e evitando manobras que possam frustrar a efetividade da tutela. Trata-se de um mecanismo protetivo essencial, que reafirma o caráter social do Código de Defesa do Consumidor e reforça a ideia de que a confiança depositada pelo consumidor deve ser preservada em toda a extensão da cadeia de consumo.

II.7. Dano moral coletivo e função pedagógica.

A conduta da requerida não atinge apenas a esfera patrimonial individual dos consumidores, mas **compromete valores fundamentais da coletividade**, como (i) a confiança nas relações de consumo, (ii) a boa-fé nas práticas comerciais e (iii) a credibilidade do mercado eletrônico. Tais bens jurídicos, de natureza metaindividual, são tutelados pelo instituto do dano moral coletivo, consagrado no artigo 6º, inciso VI, do Código de Defesa do Consumidor e no artigo 1º da Lei de Ação Civil Pública.

O dano moral coletivo prescinde da prova de sofrimento individual, exigindo apenas a demonstração de que uma conduta ilícita afetou valores sociais fundamentais, como a dignidade, configurando assim uma lesão a interesses transindividuais que ultrapassa a dor subjetiva de cada pessoa. A comprovação da lesão a esses valores coletivos é suficiente para configurar o dano, dispensando a demonstração de prejuízos concretos ou abalo psíquico em membros da coletividade, de acordo com a jurisprudência, do Superior Tribunal de Justiça e **do Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de Goiás.**

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DIGNIDADE DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES OFENDIDA POR QUADRO DE PROGRAMA TELEVISIVO. DANO MORAL COLETIVO. EXISTÊNCIA.1. **O dano moral coletivo é aferível *in re ipsa*, ou seja, sua configuração decorre da mera constatação da prática de conduta ilícita que, de maneira injusta e intolerável, viole direitos de conteúdo extrapatrimonial da coletividade, revelando-se despendiêda a demonstração de prejuízos concretos**

Página 27 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

ou de efetivo abalo moral.(...)(REsp n. 1.517.973/PE, relator Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 16/11/2017, DJe de 1/2/2018.). Negritei.

AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER C/C INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. COMPRA REALIZADA PELA INTERNET. PRODUTO NÃO ENTREGUE. DANOS MORAIS CONFIGURADOS. 1. É abusiva a conduta de não entregar o produto adquirido pelo consumidor, excedendo a esfera do mero aborrecimento do cotidiano, configurando, portanto, dano moral. 2. A indenização pelo dano moral deve ser fixada em quantitativo proporcional, que represente justa reparação pelo desgaste sofrido, sem caracterizar, no entanto, enriquecimento ilícito do ofendido, de modo que o valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) cumpre tais requisitos. Recurso conhecido e provido. Sentença reformada. (TJ-GO – Apelação Cível: XXXXX20188090151 TURVÂNIA, Relator.: Des(a) . ITAMAR DE LIMA, Data de Julgamento: 24/02/2021, 3ª Câmara Cível, Data de Publicação: DJ de 24/02/2021). Negritei.

No caso, a reiterada prática de publicidade enganosa e descumprimento de ofertas minou a confiança social no comércio eletrônico e feriu a boa-fé objetiva que deve nortear as relações de consumo. Além disso, a conduta da ré atingiu milhares de pessoas, gerando repercussões, o que evidencia a dimensão social da lesão.

Nesse contexto, mostra-se cabível e necessária a condenação da requerida ao pagamento de indenização por dano moral coletivo, em valor compatível com sua capacidade financeira e com a repercussão da conduta ilícita ser revertido ao Fundo Estadual de Defesa dos Direitos Difusos, com vistas a atender sua função pedagógica, sancionatória e reparadora.

III. DA INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA

Estão presentes os pressupostos da verossimilhança dos fatos e da hipossuficiência do consumidor, é imperativa a incidência da regra da inversão do ônus da prova prevista no artigo 6º, inciso VIII, do Código de Defesa do Consumidor, como **instrumento processual de facilitação de defesa do consumidor** imprescindível para restabelecer a igualdade material nas relações de consumo.

Vale ressaltar que o Superior Tribunal de Justiça já consolidou a orientação sobre o cabimento da inversão do ônus da prova nas ações coletivas de consumo ajuizadas pelo Ministério Público:

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

"AGRAVO REGIMENTAL EM RECURSO ESPECIAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. MINISTÉRIO PÚBLICO. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. DIREITO DO CONSUMIDOR. - A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça é pacífica no entendimento de que o Ministério Público, no âmbito de ação consumerista, faz jus à inversão do ônus da prova. Agravo regimental improvido. AgRg no REsp 1300588/RJ, Rel. Ministro Cesar Asfor Rocha, 2ª Turma, julgado em 03/05/2012, DJe 18/05/2012. (grifo acrescido)"

Fundamental, portanto, a declaração da inversão do ônus da prova **em favor dos consumidores**, substituídos aqui pelo Ministério Público, em legitimação extraordinária, para que a demandada assuma o ônus de desincumbir-se das imputações das práticas abusivas demonstradas nesta ação.

IV. DO DESVIO PRODUTIVO DE TEMPO

Nota-se que o direito privado atual reconhece e identifica a valorização do tempo, bem como seu menosprezo. Dessa forma, entende-se que o tempo do homem *economicus et cultulis* (agente econômico ativo no mercado e de cultura ditada pelo seu ambiente) é tempo de lazer, de realizações, de satisfação, entretanto, cada vez mais gasto com fornecedores.

Nesse contexto, entende o Superior Tribunal de Justiça:

[...] Nesse sentido, o dever de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho que é atribuído aos fornecedores de produtos e serviços pelo art. 4º, II, d, do CDC vislumbrado, em geral, somente sob o prisma individual, da relação privada entre fornecedores e consumidores tem um conteúdo coletivo implícito, uma função social, relacionada à otimização e ao máximo aproveitamento dos recursos produtivos disponíveis na sociedade, entre eles, o tempo. **O tempo útil e seu máximo aproveitamento são interesses coletivos, subjacentes aos deveres da qualidade, segurança, durabilidade e desempenho que são atribuídos aos fornecedores de produtos e serviços e à função social da atividade produtiva. A proteção à perda do tempo útil do consumidor deve ser, portanto, realizada sob a vertente coletiva, a qual, por possuir finalidades precípua de sanção, inibição e reparação indireta, permite seja aplicada a teoria do desvio produtivo do consumidor e a responsabilidade civil pela perda do tempo.** No caso, a violação aos deveres de qualidade do atendimento presencial, exigindo do consumidor tempo muito superior aos limites fixados pela legislação municipal pertinente, infringe valores essenciais da sociedade e possui os atributos da gravidade e intolerabilidade, não configurando mera infringência à lei ou ao contrato. (REsp 1.737.412-SE, Rel. Min. Nancy Andrighi, por unanimidade, julgado em 05/02/2019, DJe 08/02/2019) Informativo nº 0641 Publicação: 1º de março de 2019. (G.N)

Dessa forma, é garantido ao consumidor, com fundamento implícito no artigo 4º, II, d da Lei 8.078/90 a otimização e o máximo aproveitamento de recursos para, além do cumprimento da eficiência, a garantia de produtividade com o tempo dos usuários do serviço prestado.

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

Salienta-se também o entendimento do **Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de Goiás**:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. CELG. CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. FATURA DE ENERGIA ELÉTRICA. INSERÇÃO DE VALOR NÃO CONDIZENTE COM LEITURA EFETIVADA. INTERRUÇÃO DE FORNECIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA. TEORIA DO DESVIO PRODUTIVO DO CONSUMIDOR. DANOS MORAIS CONFIGURADOS. QUANTUM ARBITRADO. PROPORCIONAL E RAZOÁVEL. HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS MAJORADOS. [...] II - Considerando que os constrangimentos sofridos em razão deste fato ultrapassam a esfera do mero dissabor, revelando descaso ímpar para com o consumidor, resta caracterizado o dano moral, passível de indenização, incidindo na hipótese a teoria do desvio produtivo do consumidor, **segundo a qual todo tempo desperdiçado para a solução de problemas causados por maus fornecedores constitui dano indenizável. Ao privar o consumidor de tempo relevante que poderia ser dedicado ao exercício de atividades que melhor lhe aprouvessem, submetendo-o, em função do episódio em cotejo, a intermináveis percalços para a solução de problemas oriundos de má prestação do serviço, a fornecedora acabou por causar danos que vão muito além do mero aborrecimento, sendo evidente seu dever de indenizar.**[...] (TJGO, Apelação (CPC) 0397673-17.2016.8.09.0006, Rel. LUIZ EDUARDO DE SOUSA, 1ª Câmara Cível, julgado em 13/12/2018, DJe de 13/12/2018) (G.N)

Dessa forma, resta configurada o **desvio produtivo de tempo, quando o consumidor necessita, injustamente, de aplicar seu tempo na solução de demandas, em razão da má prestação de serviços pelo seu fornecedor**. De modo que, seu tempo poderia estar sendo utilizável de maneira eficaz, inclusive para a sociedade.

Frente ao caso em tela, configura-se o desvio produtivo de tempo, diante do mau e ineficiente atendimento da população. Conforme os fatos narrados, os usuários investem seu tempo na espera de resoluções de demandas, as quais não prosperam, tendo, que registrar inúmeros protocolos, e mesmo, recorrer aos órgãos de defesa do consumidor, ou ao judiciário, para ter suas demandas atendidas.

V. DA TUTELA PROVISÓRIA

A **tutela provisória** nas ações coletivas, quando preenchidos os seus requisitos legais, constitui instrumento essencial para a salvaguarda de direitos fundamentais dos consumidores, evitando que o tempo do processo agrave a lesão coletiva.

O Código de Defesa do Consumidor prevê, expressamente, no artigo 84, §3º, prevê expressamente a possibilidade de concessão de medida liminar, em ações coletivas, disposição que se harmoniza com o artigo 12º da Lei n.º 7.347/85, a Lei da Ação Civil

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

Pública. Tais dispositivos autorizam que efeitos do provimento final sejam desde logo antecipados, sempre que o fundamento da demanda se mostrar relevante e houver risco de ineficácia da decisão ao final. Pertinente a transcrição do artigo:

“Art. 84. Na ação que tenha por objeto o cumprimento da obrigação de fazer ou não fazer, o juiz concederá a tutela específica da obrigação ou determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento.

(...) § 3º Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao juiz conceder a tutela liminarmente ou após justificação prévia, citado o réu.

Nesse sentido, também o disposto no art. 300 do Código de Processo Civil:

“Art. 300. A tutela de urgência será concedida quando houver elementos que evidenciem a probabilidade do direito e o perigo de dano ou o risco ao resultado útil do processo.

No caso, presentes os requisitos legais para o deferimento de tutela de urgência.

A **probabilidade do direito** restou confirmada pelos documentos colhidos nos autos do inquérito civil (milhares de denúncias no site RECLAME AQUI) e pelas reclamações do Procon/GO, que **atestam a conduta reiterada da ré de não entregar produtos vendidos em suas lives e plataformas digitais, negar ou dificultar reembolsos e suprimir críticas em redes sociais.**

Perigo de dano e risco ao resultado útil do processo: configurado pela continuidade de novas promoções e lives de vendas, capazes de ampliar exponencialmente o número de consumidores lesados enquanto se aguarda o provimento final.

Concedemos direito de defesa e prazo para adequação. Aguardamos estruturação da empresa. Após, expedimos **Recomendação** pormenorizada com 09 páginas, **para adequação e regularização** da situação dos consumidores. **Porém, as reclamações continuam.**

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

Diuturnamente, inúmeros consumidores comparecem ao site Reclame Aqui bem como às demais instituições de defesa do consumidor para reclamar da prestação de serviços oferecida pela Wepink. As reclamações são sobre os mais variados temas. Há demora nas respostas e a falta de informação (precisa e adequada) atinge a todos consumidores.

Denota-se que o consumidor precisa entrar em contato diversas vezes com a Wepink, para obter informações básicas (vulnerabilidade informacional). O seu direito está sendo violado sistematicamente, posto que as reclamações devem **ser recebidas, registradas e tratadas** até solução definitiva em prazo razoável; e a wepink não se dispõe a repassá-la de forma adequada ao consumidor.

Não se trata de pretensão fundada em reclamação isolada ou de interesse meramente particular. As diligências na fase de ICP apontam o impressionante o volume de 90.856 reclamações registradas só em 2024. A **imensa quantidade e gravidade de informações** denotam a presença de **LESÃO COLETIVA** e justificam intervenção judicial. Foram 250 queixas **POR DIA**, e que ainda continuam (177 por dia, últimos 6 meses, proporcionalmente) em 2025.

Outrossim, os números elevados de reclamações foram constatados também pelo Procon Goiás, o qual acumula **mais de 230 (duzentas e trinta) reclamações no ano de 2024 e 110 (cento e dez) no ano de 2025**. Ora, tais reclamações registradas somente no estado de Goiás.

Não apenas justifica, mas exige o ajuizamento de ação como única resposta adequada à dimensão coletiva do problema (reparação de todos estes consumidores, com comprovação de regularização).

Conseguiram superar os bancos e operadoras de telefonia em índice de insatisfação. Com promessas de “oferta-relâmpago” e quantidades “limitadas”, a empresa requerida, sem estrutura adequada ou com modelo operacional defeituoso, não

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

honrou os compromissos assumidos e continuou vendendo mesmo assim. E por fim, a resolução de problemas dos clientes o mais rápido possível (SAC) não parece estar na lista de prioridades, **diante do quantitativo de reclamações**.

Este **volume massivo de violações** transcende qualquer possibilidade de tratamento individualizado, configurando dano social de tal magnitude que somente através da tutela coletiva pode se assegurar o respeito a tantos consumidores e restabelecer o equilíbrio nas relações de consumo.

A **persistência, ao longo de 2024 e 2025, destas práticas abusivas**, mesmo após reiteradas reclamações e tentativas de solução administrativa (pelo site reclame aqui) demonstra que a empresa incorporou a lesão sistemática aos consumidores como modelo de negócio, sendo imprudente no trato e na resolução das demandas. Deixar o problema se arrastar ao longo de quase 2 anos demonstra **a falta de zelo na condução do negócio, principalmente no “pós venda” (que é o que mais estressa o consumidor, principalmente quando a solução se arrasta no tempo)**.

Assim, forte no art. 84, §§ 3º e 5º, do Código de Defesa do Consumidor; no art. 12 da Lei nº 7.347/85; e no art. 461 do CPC, diante da ilegalidade e abusividade da prática, requer o Ministério Público, sem a audiência **liminarmente** da parte ré, a concessão de tutela provisória para antecipar os seguintes pedidos:

- a) a imposição a ré da obrigação de não fazer, consistente em abster-se de **realizar novas lives promocionais e campanhas de venda** enquanto não demonstrar a regularização das entregas e reembolsos já **pendentes, bem como comprovar disponibilidade em estoque da quantia divulgada** (a presunção é de que o atraso deve-se ao fato de não ter o produto em pronta entrega; falha operacional e logística – por exemplo, transporte; ou venda de produto sem possuir no estoque – de qualquer modo propaganda enganosa e prejuízo para consumidor);
- b) determinação de criação e estruturação em 30 dias de **canal de atendimento efetivo, não automatizado - com atendimento humano - SAC**,

Página 33 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de JustiçaRua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Valor: R\$ 5.000.000,00
PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO -> Processo de Conhecimento -> Procedimentos de Conhecimento -> Procedimentos Especiais -> Procedimentos Regidos por Outros Códigos, Lei
GOIÂNIA - 4ª UPP VARAS CÍVEIS E AMBIENTAIS: 13ª, 14ª, 15ª E 16ª
Usuário: Elvio Vicente da Silva - Data: 08/10/2025 15:45:46

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

disponível em múltiplos canais, e a WEPINK apresentará no prazo máximo de 24 horas resposta inicial para cada reclamação; e acompanhamento e encaminhamento em tempo real da solução administrativa (inclusive com implementação de sistema de rastreamento efetivo e transparente, com atualizações em tempo real); e ainda:

- (i) **Informar** aos consumidores, nos atendimentos realizados presenciais ou por telefone/internet, o **número de protocolo** e a forma que o consumidor terá de acompanhar o andamento do protocolo (sms, email, *whatsapp*, etc), bem como, o prazo específico que a empresa (ou a distribuidora por esta terceirizada) terá para solucionar a questão ou fornecer o diagnóstico;
 - (ii) **Manter o consumidor informado** por escrito, sobre o diagnóstico ou resolução dos problemas por ele relatados, conferindo prazo para seu solucionamento;
 - (iii) Fornecer por escrito, antes do encerramento de cada protocolo, a eventual necessidade de realização de quaisquer diligências pelo consumidor; bem como, antes do encerramento de cada protocolo, resposta fundamentada, clara, compreensível ao consumidor e específica ao caso, constando as soluções e procedimentos adotados pela distribuidora, a data de registro de solicitação pelo consumidor e a data da resolução da demanda.
- c) **Criar** mecanismo simplificado de cancelamento e reembolso, com devolução do valor em 7 dias, **nos termos do artigo 49 CDC**.³
- d) **Entregar** todos os produtos adquiridos pelos consumidores dentro do prazo originalmente prometido, sob pena de multa; **Publicar** nas redes sociais e site, de forma destacada, informações sobre COMO os consumidores podem exercer seus direitos

³ **Art. 49.** O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercer o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.



perante a empresa, indicado o “passo a passo” do modo de proceder cancelamento, troca, reembolso; **Manter** registro acessível de todas as reclamações e suas respectivas soluções.

e) seja cominada **multa diária**, a ser suportada pela ré, no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) **por hipótese de descumprimento** da determinação contida nas alíneas supracitadas (“a” até “d” – cada atraso será cobrado o valor de R\$1000 de multa), nos termos do artigo 11 da Lei nº 7.347/85, sem prejuízo de eventual sanção pelo crime de desobediência.

f) Apresentar em Juízo, no prazo de 30 dias, relação completa de todas as reclamações constantes de seu sistema.

Eventuais valores auferidos por conta do disposto na alínea “b” deverão ser revertidos para o Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor - FEDC de que trata a Lei Estadual nº 12.207/1993.

DA MODERAÇÃO DO PEDIDO DE DANO MORAL COLETIVO: PRIORIZAÇÃO DA REPARAÇÃO INDIVIDUAL DOS CONSUMIDORES

O Ministério Público requer **duas indenizações**: (i) punitiva (coletiva, repressiva e educativa, a ser revertida para fundo de defesa do consumidor) e (ii) reparatória (para **indenizar individualmente os consumidores prejudicados**).

Foram mais de 120 mil reclamações em 2 anos: 90 mil em 2024; e mais de 30 mil em 2025 (até o momento), ou seja, são muitos consumidores lesados.

A gravidade da conduta dos requeridos é reforçada por outros fatores, pois estima-se **cerca de 300.000 ou mais consumidores efetivamente lesados considerando-se a cifra oculta de quem não reclama**; os lucros milionários obtidos mediante práticas abusivas; a reiteração atual e durante anos sem correção voluntária; o dolo evidente na manutenção do modelo fraudulento; a exploração de vulneráveis; a exclusão sistemática de críticas; e a recusa deliberada ao reembolso (intempestividade).

Página 35 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000



A prioridade é o ressarcimento integral de cada uma das centenas de milhares de consumidores lesados, destinando valores indenizatórios para o ressarcimento de cada consumidor, cumprindo plenamente as funções punitiva, pedagógica, reparatória, restaurativa e compensatória.

Esta postura reflete profunda compreensão de que a verdadeira função da tutela coletiva consumerista **é garantir a reparação efetiva de cada vítima concreta.**

Logo, o foco é na proteção real dos consumidores, assegurando que nenhum consumidor lesado fique sem reparação integral.

Portanto, REQUER-SE a **condenação genérica** (artigo 95 CDC) para que o juízo declare na sentença o direito de indenização de todos consumidores que tiveram comprovadamente atrasos nas respostas da WEPINK ou qualquer outra falha de prestação de serviço), de forma solidária dos réus, **ao pagamento de:**

(i) **indenização por danos morais para cada consumidor que recebeu produto com atraso além do prazo prometido (ou sem solução do problema em tal período)**, sendo os valores a serem liquidados individualmente mediante habilitação simplificada em fase posterior da sentença (bastando comprovar-se a compra e o atraso), **tudo isso considerando:**

- o atraso na entrega ou qualquer falha pós-venda (ou no produto ou serviço); agravado pela dificuldade de obter informações, descaso no atendimento; respostas automatizadas inúteis, genéricas ou inexistentes; peregrinação do consumidor: necessidade de múltiplos contatos sem solução efetiva; negativa de informações: recusa ou omissão em prestar informações claras sobre o status do pedido; vulnerabilidade agravada no caso de consumidor **idoso, pessoa com deficiência, gestante ou em situação de vulnerabilidade social**; enfim, impacto emocional comprovado por desgaste psicológico documentado, perda de tempo de trabalho, energia emocional gastos, correndo atrás de

Página 36 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

direitos, e outros gastos adicionais, etc. (ou seja, o que se discutirá na execução de sentença será apenas o valor devido, a ser pleiteado por cada consumidor).

Tudo isso configura **dano moral in re ipsa (presumido)**, dispensando prova específica do abalo psicológico, pois ultrapassa o mero aborrecimento cotidiano e gera ansiedade, frustração da expectativa legítima, preocupação prolongada, sentimento de desrespeito, tempo desperdiçado em tentativas de contato e comprometimento de planejamento pessoal ou familiar (especialmente quando o produto destinava-se a data/evento específico), violando os artigos 6º, III e VI, 14, 35 e 39, III do CDC, além de configurar falha grave na prestação do serviço de pós-venda que justifica reparação pecuniária, nos termos da jurisprudência consolidada do STJ e dos Tribunais de Justiça estaduais.

Devem os valores (das indenizações individuais) serem acrescidos de correção monetária (INPC) desde o arbitramento e juros de mora de 1% ao mês desde a citação, com inversão do ônus da prova cabendo à empresa comprovar que não houve atraso ou que informou adequadamente o consumidor.

VI – DOS PEDIDOS

Diante do exposto, o Ministério Público requer a procedência integral da ação, acolhendo-se os seguintes pedidos:

a) seja tornada definitiva a tutela provisória deferida, inclusive a multa pelo seu descumprimento, cujo valor reverterá para o Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor – FEDC de que trata a Lei Estadual nº 12.207/1993;

b) **condenação genérica** da ré WEPINK (e sócios) de modo que o Juiz sentenciante declare à obrigação de indenizar (restituir, reparar, compensar, etc.), da forma mais ampla e completa possível, presumindo os danos materiais e morais causados aos consumidores **individualmente** considerados, decorrentes das práticas abusivas mencionadas nesta ação, conforme determina o art. 6º, inc. VI, e art. 95, ambos do CDC,

Página 37 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de Justiça

Rua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

para que cada consumidor lesado possa pleitear indenização por danos morais individuais (**bastando comprovar a compra e o atraso ou falha no pós-venda**).

Logo, os valores serão liquidados individualmente em fase de cumprimento de sentença, mediante habilitação simplificada, bastando ao consumidor apresentar: 1. **Prova da relação de consumo**: comprovante de compra, transferência bancária, captura de tela da compra ou e-mail de confirmação; 2. **Prova do atraso ou do vício de qualquer natureza na prestação do serviço**: Print de conversas, e-mails trocados, protocolos de atendimento ou ausência de resposta; 3. Enquadramento na categoria (grave ou gravíssimo): demonstração do período de atraso ou da falha ocorrida.

Dispensa-se a prova do dano moral *in concreto*, aplicando-se a presunção de dano (*damnum in re ipsa*), ante a natureza das violações e a confissão das práticas ilícitas. O Juízo da execução (na fase de habilitação) poderá arbitrar quantias superiores conforme as peculiaridades de cada caso, considerando: ansiedade e estresse causados; tempo despendido em tentativas de solução (telefonemas, mensagens, etc.);

Requer-se portanto que o juízo DECLARE na sentença **o direito de indenização** de todos consumidores que tiveram comprovadamente atrasos ou falhas no serviço po's venda, de forma solida'ria dos ré'us, **ao pagamento de indenização por danos morais, a critério do Juízo da execução, para cada consumidor prejudicado**, valores a serem liquidados individualmente mediante habilitação simplificada em fase posterior da sentença (arts.95 e 97 CDC). A Wepink podera' entabular acordos individuais extra-autos, caso queira.

c) REQUER, ainda, a **condenação específica** da ré WEPINK (e seus sócios) à obrigação de indenizar os interesses difusos lesados (DANO MORAL COLETIVO), decorrentes do abalo à harmonia e transparência nas relações de consumo e da violação dos direitos básicos do consumidor, especialmente aqueles previstos no art. 6º, incisos I, IV e VI, do Co'digo de Defesa do Consumidor. O valor da indenização, definido em sede de arbitramento, deverá levar em consideração a dimensão dos danos causados e a relevância dos bens jurídicos protegidos nesta ação, atingindo patamar **não inferior a R\$**

Página 38 de 41

ÉLVIOVICENTEDASILVA
Promotor de JustiçaRua 23 c/ Av. Fued J. Sebba, Qd. 6, Lt. 15/24, sala T-42 B
Jardim Goiás, Goiânia-GO, CEP: 74.805-100
Telefone: (62) 3243-8000

Valor: R\$ 5.000.000,00
PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO -> Processo de Conhecimento -> Procedimentos de Conhecimento -> Procedimentos Especiais -> Procedimentos Regidos por Outros Códigos, Lei
GOIÂNIA - 4ª UPP VARAS CÍVEIS E AMBIENTAIS: 13ª, 14ª, 15ª E 16ª
Usuário: Elvio Vicente da Silva - Data: 08/10/2025 15:45:46

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

5.000.000 (cinco milhões de reais) ou a critério deste juízo a ser revertido Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor – FEDC de que trata a Lei Estadual nº 12.207/1993, **considerando:** o número massivo de consumidores lesados (mais de 90 mil em apenas um ano); reiteração e sistematicidade das práticas abusivas; uso de influencer digital para induzir consumo sem estrutura adequada (**Considerada a segunda maior influenciadora do Brasil no Instagram no mês de setembro de 2025 – com mais de 52 milhões de seguidores**); vulnerabilidade agravada dos consumidores hipossuficientes; lucro milionário auferido com as vendas, que causaram estresse e irritação para consumidor (**faturamento de R\$4,6 milhões em 20 minutos de live** <https://exame.com/negocios/em-live-relampago-da-wepink-virginia-vende-r-46-milhoes-em-20-minutos/>);

d) **a condenação e responsabilização solidária de todos os réus** (empresa e sócios) inclusive da influenciadora Virgínia Fonseca, pela participação ativa nas práticas comerciais abusivas à **obrigação de fazer** consistente em entregar aos consumidores prejudicados e identificados (desde a data da criação da empresa até 2025) todos os produtos adquiridos e não recebidos, **no prazo razoável fixado judicialmente**, bem como fornecer novo produto em caso de defeito de fabricação (substituição dos produtos defeituosos) ou reembolso, sob pena de multa (bastando comprovação de compra online do produto e reclamação perante a empresa por qualquer meio de comunicação) para reparação de danos materiais individuais;

e) a condenação da requerida (e sócios) a publicar, no prazo de quinze dias do **trânsito em julgado**, em sua página oficial, nas redes sociais utilizadas para vendas e divulgações ou qualquer outro site no qual venha a veicular e ofertar seus produtos e serviços, além de jornais de grande circulação em aviso de tamanho que importe em 30% do total de informações constantes da página e que permaneça ativo durante o prazo de trinta dias consecutivos, a parte dispositiva de eventual sentença de procedência, para que os consumidores tomem ciência da mesma, as quais devem ser introduzidas com a seguinte mensagem: *“Acolhendo pedido veiculado em ação coletiva de consumo ajuizada pelo Ministério Público, o juízo da [__]ª Vara Cível da Comarca de Goiânia-GO condenou WEPINK - SAVI COSMÉTICOS LTDA nos seguintes termos: [__]”*. O pedido tem como

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

finalidade servir como mecanismo de **educação e informação aos consumidores e fornecedores quanto aos direitos e deveres**, em atenção ao princípio do artigo 4º, inciso IV, do mesmo diploma legal;

f) para o caso de descumprimento do pedido contido no item “d”, requer seja cominada multa diária de R\$ 1.000,00 (um mil reais) por pessoa prejudicada, revertendo o numerário arrecadado para o Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor – FEDC de que trata a Lei Estadual nº 12.207/1993.

VII – DOS REQUERIMENTOS FINAIS

Requer-se ainda:

a) a designação de audiência de conciliação (o termo de ajuste será formulado com base nos pedidos acima, de modo a promover reparação dos danos aos consumidores), nos termos do artigo 334 do Código de Processo Civil.

JUSTIFICATIVA: Registre-se que foi inviável a formulação de TAC perante a fase do ICP pois **mesmo após a instauração da investigação, a realização de reunião no gabinete ministerial e a expedição de recomendação formal, o MPMO concedeu prazo para resposta e adequação voluntária; e a empresa mantém infelizmente sua conduta lesiva**. A simples consulta ao “Reclame Aqui” revela que as **reclamações continuam com mais de 30 mil (conforme print constante desta peça) novas queixas apenas nos últimos 6 meses** (média de 177 reclamações em um único dia). As medidas administrativas extrajudiciais se revelaram ineficazes, e **as lives promocionais** continuam sendo realizadas a todo vapor, com produtos sem entrega (e novas reclamações), **de modo que se aguarda a tutela jurisdicional como via apta para cessar as violações em curso**. Não podemos estender meses de tratativas (tentativa de composição de TAC) extra autos enquanto os danos ocorrem, OU SEJA, o decurso do tempo necessário para realização de audiência de conciliação (com intimações, prazos, eventual redesignação) **implicaria em centenas de novos consumidores lesados**. O tempo aqui não é aliado da Justiça, mas cúmplice na perpetuação dos danos aos

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>

hipervulneráveis (existem p. ex. consumidores que são idosos, gestantes, com necessidades especiais, etc.).

b) requer o deferimento de todos os meios de prova em direito admitidas, inclusive o depoimento pessoal dos representantes legais da requerida, se necessário, bem como a declaração da inversão do ônus da prova, com base no artigo 6º, inciso VIII, do Código de Defesa do Consumidor, nos termos desta petição;

c) a condenação da requerida ao pagamento das despesas decorrentes do ônus de sucumbência, exceto honorários advocatícios, pois incabíveis na espécie;

d) requer seja publicado edital no órgão oficial, a fim de que os interessados possam intervir no processo, caso queiram, nos termos do artigo 94º do Código de Defesa do Consumidor, dando **PUBLICIDADE DA DECISÃO liminar e da SENTENÇA futura** no site da requerida, em jornais de grande circulação, nas redes sociais da empresa, em comunicado direto ao beneficiário (por e-mail).

Dá-se à causa o valor de R\$ 5.000.000 (cinco milhões de reais).

Nestes termos, pede deferimento.

Goiânia-GO, data da assinatura eletrônica.

ÉLVIO VICENTE DA SILVA
Promotor de Justiça – Defesa de Consumidor

Processo: 5822320-67.2025.8.09.0051

Localizar pelo código: 109087615432563873771898482, no endereço: <https://projudi.tjgo.jus.br/p>