



**ILMO. SR. DELEGADO DE POLÍCIA DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE
POLÍCIA E PROTEÇÃO À CIDADANIA DA POLÍCIA CIVIL DE SÃO PAULO**

REPRESENTAÇÃO CRIMINAL

A Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo – PROCON/SP vem, por meio de seu Diretor Executivo, oferecer a presente REPRESENTAÇÃO em face da empresa EMPIRICUS RESEARCH PUBLICAÇÕES LTDA, tendo em vista a prática, em tese, de infração penal tipificada nos artigos 67 e 69 do Código de Defesa do Consumidor, conforme os fatos que narra a seguir.

O PROCON/SP tomou conhecimento na data de 20.03.2019 da publicidade comercial veiculada pela empresa acima mencionada, consistente no vídeo anexo (cf. doc. 01), no qual uma suposta investidora, Bettina Rudolph, diz ter acumulado o patrimônio de mais de 1 milhão de reais, em três anos, a partir de um investimento inicial de cerca de R\$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais).

Na referida publicidade, a “investidora” não esclarece como obteve a milagrosa evolução patrimonial, nem tampouco se houve o ingresso de verbas de outra origem, como doação de terceiros, venda de imóveis ou novos aportes efetuados pela própria investidora.



A publicidade se apresenta de forma dissimulada, como se fosse um depoimento ou orientação para ensinar a investir, evidentemente na própria EMPIRICUS RESEARCH.

A mensagem consiste no seguinte: “Comecei com 19 anos e 1.520 reais. Três anos depois tenho mais de um milhão. Simples assim. Eu comprei ações na Bolsa de Valores”. Tal publicidade revela-se perigosa para o consumidor por dois motivos básicos: (a) ela é enganosa, na medida em que se apresenta como um depoimento espontâneo e omite informações necessárias para que o consumidor do produto tenha conhecimento de sua autenticidade; (b) ao induzir o consumidor a pensar que pode multiplicar 1.500 reais em três anos, atua de forma subliminar na sua capacidade cognitiva, caracterizando-se como publicidade abusiva.

No dia 20.03.2019, o PROCON/SP encaminhou à empresa um pedido administrativo solicitando esclarecimentos (cf. doc. 02) acerca da natureza do vídeo, ou seja, se se trata de publicidade e quem teria contratado tal publicidade, e ainda, a comprovação de que o que ali consta é verídico. O objetivo era o de aferir a existência de publicidade dissimulada em depoimento (enganosa) e verificar a autenticidade da informação repassada ao consumidor.

Em resposta (cf. doc. 03), datada de 22.03.2019, a empresa esclareceu tratar-se de uma ação de *marketing*, bem como ela mesma foi responsável pela contratação e divulgação. Admitiu, portanto, tratar-se de publicidade. Quanto aos dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade, a empresa não os apresentou, alegando não ser possível comprovar a autenticidade da informação tendo em vista o direito à intimidade da apresentadora, vista por milhões de internautas.



Em reportagem (cf. doc. 04) de 27.03.2019, a Revista Veja trouxe à lume fatos importantes que reforçam a suspeita de práticas violadoras ao direito do consumidor por parte da empresa, bem como a publicidade enganosa e abusiva.

Segundo reportagem anexa da Revista Veja: *“como a própria Bettina admitiu depois que o assunto explodiu nas redes sociais, **a conta dos 1.042.000 reais inclui muito mais do que um investimento certo em ações**: ela economiza metade dos salários todos os meses e 100% dos bônus anuais que recebe no emprego. Além disso, ganhou 35.000 reais do pai (que também pagava suas contas) e junta outras fontes de renda não esclarecidas, que usou ao longo desse período em novos aportes”*.

Como se nota, embora a publicidade sugira que Bettina ganhou todo seu dinheiro aplicando em ações, isso não corresponde à verdade e o consumidor não consegue perceber isso no vídeo publicitário.

Mas não é só.

Prosegue a reportagem: *“Em 2017, justamente por causa de suas propagandas enganosas, Miranda mais dois de seus **principais analistas foram suspensos** pela Apimec, entidade que autorregula o trabalho de analistas e profissionais de investimento. **Em vez de corrigir o seu comportamento, o fundador mudou o objeto social da companhia e ela passou a ser uma empresa de comunicação”***.



Deste modo, à luz da defesa do consumidor, sem prejuízo de outros possíveis ilícitos em outras áreas, a Fundação Procon/SP, além de tomar as medidas administrativas na esfera de suas atribuições, considerando ser direito básico do consumidor “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços..., e a proteção contra publicidade enganosa e abusiva” (Lei n. 8.078/1990, art. 6º, III e IV), e que os fatos, em tese, configuram os crimes previstos nos artigos 67 (“Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva”) e 69 (“Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade”) do Código de Defesa do Consumidor, vem pelo presente, requerer seja instaurado inquérito policial para apuração de fatos potencialmente lesivos caracterizadores de infração penal no âmbito de competência deste prestigioso Departamento de Polícia Judiciária, razão pela qual requer-se a adoção das providências legais cabíveis.

São Paulo, 25 de março de 2019.

GUILHERME FARID

Chefe de Gabinete da Fundação Procon/SP