Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO ACRE
2ª Vara Cível da Comarca de Rio Branco

Autos n.º	**0800224-44.2013.8.01.0001**
Classe	**Ação Civil Pública**
Autor	**Ministério Público do Estado do Acre**
Réu	**Ympactus Comercial Ltda e outros**

Sentença

1) RELATÓRIO

Ministério Público do Estado do Acre ajuizou ação civil pública contra **Ympactus Comercial Ltda., Carlos Nataniel Wanzeller, Carlos Roberto Costa, James Matthew Merrill e Lyvia Mara Campista Wanzer**, visando tutelar interesses de divulgadores/consumidores/investidores da Telexfree, que firmou gigantesca pirâmide financeira.

Alega a parte autora que a ré Ympactus Comercial Ltda. é fornecedora, nos termos do art. 3º do CDC, enquanto aqueles denominados divulgadores são consumidores, pois aportam recursos financeiros, pactuando remuneração vindoura, o que enseja a incidência das regras do Código de Defesa do Consumidor.

O autor sustenta sua legitimidade ativa para tutela de interesses coletivos e a legitimidade do Poder Judiciário do Estado do Acre para processamento da presente ação, que versa sobre dano de âmbito nacional.

Prossegue o autor relatando que Telexfree é o nome fantasia da ré Ympactus Comercial Ltda., cuja atividade fim é "a divulgação, intermediação e agenciamento de negócios, desenvolvendo uma rede de divulgadores". Menciona que a Telexfree INC, a partir de sua sede em Boston nos EUA, tem como atividade primária a telefonia Voip (voice over Internet Protocol ou Voz sobre IP), enquanto a ré Ympactus Comercial Ltda. é responsável pelo credenciamento e controle dos divulgadores dos produtos Telexfree INC.

Narra que os consumidores são recrutados pela ré Ympactus Comercial Ltda. para aportarem, investirem recursos financeiros, como forma de se tornarem

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélanio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000005003388 e CLAUDIA BERGAMASCO LIRA DE ANDRADE MARTES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

divulgadores do produto/serviço chamado conta 99Telexfree, e que a forma mais comum de ingressar na rede Telexfree é através das categorias AdCentral e AdCentral Family, para o que é necessário pagar US$289,00 e US$1.375,00, recebendo-se 10 e 50 contas 99Telexfree, respectivamente. Menciona ainda a categoria Team Builder, informando que para alça-la o divulgador deve ingressar na rede através da categoria AdCentral Family e ter mais 10 AdCentral Family por ele cadastrados diretamente em sua rede, no prazo de sessenta dias.

A parte autora prossegue relatando que o contrato firmado entre a ré Ympactus Comercial Ltda. e os divulgadores tem prazo de doze meses e que, findo este período, o divulgador poderá permanecer na mesma posição na rede, desde que pague 20% do que recebeu durante todo o contrato.

Aduz que existem inúmeras formas de ganho para o divulgador, mas que as principais são: a) postagens de anúncios (cada AdCentral deve postar um anúncio por dia, recebendo a cada semana uma conta 99Telexfree, que é recomprada por US$20,00; cada AdCentral Family deve postar cinco anúncios por dia, recebendo a cada semana 5 contas 99Telexfree, que são recompradas por US$100,00); b) recrutamento de pessoas (recebe-se US$20,00 por cada cadastro AdCentral e US$100,00 por cada cadastro AdCentral Family); c) ganho binário (se os cadastros forem feitos um a direito e outro à esquerda na rede, ganha-se US$20,00 ou US$100,00 por cada par formado, em caso de AdCentral ou AdCentral Family, respectivamente); d) royalties; e) comissão de vendas (caso alguém contrate o serviço de comunicação por meio do divulgador, este recebe 10% do valor); e) ganho Team Builder (participação no rateio de 2% do faturamento líquido da empresa).

O autor informa que ao ingressar na rede Telexfree, o divulgador/consumidor/investidor tem acesso a um Back Office (ambiente virtual na página da Telexfree), por meio do qual pode fazer as postagens dos anúncios, bastando copiar um banner já preparado pela Telexfree e cola-lo em um dos sites relacionados pela empresa ré. Realça que a ré Ympacuts Comercial Ltda. afirma ser empresa de marketing multinível, mas em verdade construiu o antigo golpe conhecido por Pirâmide Financeira ou Esquema Ponzi, que por ser ilegal e insustentável, pode causar prejuízos a muitas pessoas.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Fabrício Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO FERNANDO MARTINS JUNIOR - 111072200000350038 e CLAUDIO BERGAMASCO. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Prossegue a parte autora afirmando que ao longo do tempo houve vários contratos firmados entre a ré Ympactus Comercial Ltda. e os consumidores/investidores/divulgadores e que no curso de suas investigações teve acesso a dois deles, o primeiro chamado "Contrato de Adesão de Serviços de Publicidade – Telexfree – Regulamento Geral" e o segundo chamado "Regulamento Geral de Clientes e Divulgadores de Produtos".

Afirma que, analisando o primeiro contrato, percebe-se escancarado o esquema de Pirâmide Financeira, mas com o passar do tempo e com a deflagração de muitas investigações, a empresa ré foi "maquiando" o negócio, de modo a deixa-lo mais parecido com o marketing multinível.

Apresenta o conceito de venda direta e afirma que empresas como Herbalife, Hermes, Avon, Natura, Mary Kay e Tupperware são exemplos de empresas que optaram por tal modelo de negócio, deixando a cargo dos revendedores a inserção de seus produtos no mercado, através de formas mais agressivas de venda, operando-se verdadeiro convencimento do consumidor a adquirir o produto, o que não ocorre nas vendas efetuadas em lojas ou através da internet, em que há postura mais passiva frente ao consumidor, expondo-se e divulgado-se o produto, mas aguardando-se a aproximação espontânea do consumidor.

O autor explica que o marketing multinível é uma das formas da venda direta, na qual os revendedores recrutam novos revendedores, sendo remunerados por suas próprias vendas e pelas vendas daqueles revendedores que indicou. Salienta que a natureza e a razão do marketing multinível é vender produtos, não havendo sentido em ser adotado se não for para que os distribuidores vendam os produtos ou serviços.

Apresenta, também, o conceito de pirâmide financeira, afirmando que se trata de esquema que depende do recrutamento progressivo de pessoas que façam investimentos, os quais são utilizados para remunerar os recrutadores. Menciona que a diferença entre o marketing multinível e a pirâmide financeira é que aquele tem foco na venda de produtos, enquanto esta foca no recrutamento de pessoas. O primeiro remunera em razão da venda, o segundo, em face de recrutamento, ainda que o recrutado nunca venda nada. O

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélenio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO [illegible] e CLAUDIA [illegible] FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 16061[illegible].

primeiro se sustenta por causa das vendas, o segundo é insustentável porque a população é finita. No primeiro, capacitam-se os revendedores para a venda dos produtos e serviços, no segundo, capacitam-se para explicar a "oportunidade de negócios".

A parte autora menciona que a ré Ympactus Comercial Ltda. nega ser pirâmide financeira, porque nestas "ganha quem entra primeiro". Porém, salienta que esta não é premissa indispensável à caracterização da pirâmide financeira ou do Esquema Ponzi, que se revelam por remunerar seus membros com o dinheiro pago pelos que ingressam posteriormente e não se descaracterizam pelo sistema binário criado pela empresa ré.

O autor realça que a ré Ympactus Comercial Ltda. caracteriza-se como uma pirâmide financeira, na medida em que bonifica o divulgador pelo puro e simples cadastramento de pessoas, de duas formas diferentes: cadastro e ganho binário, conforme cláusulas 5.10 (recebe-se US$20,00 por cada cadastro AdCentral e US$100,00 por cada cadastro AdCentral Family, desde que haja pelo menos um cliente plano 99 Telexfree ativo), 6.1, 6.1.1 e 6.1.2 (recebe-se ganho binário e 2% da rede quando cadastrar diretamente dois novos divulgadores, um na esquerda e outro na direita, desde que os titulares tenham pelo menos um cliente voip ativo; gratificação de US$20,00 em caso de AdCentral e US$20,00 pelas AdCentral principal e mais US$60,00 por três das quatro AdCentral adicionais, em caso de AdCentral Family).

Realça, ainda, que nos denominados kits há pagamento pelo direito a ativação das contas 99Telexfree e que o fornecimento do serviço ocorre somente quando houver a ativação das contas, através do *download* do *software*. Frisa que a título de venda direta e ganho binário, paga-se US$20,00 e US$100,00 para ativação de apenas uma conta voip, no valor de US$49,90, e que a maioria das contas sequer é ativada, conforme depoimento de Shawke Lira Sandra, que declarou "não conheço nenhuma pessoa que tenha conta voip 99Telexfree e que não seja divulgador", embora o divulgador possa revender as contas que adquire através dos kits, conforme cláusulas 5.4.5 e 9.1.2. Conclui que as contas 99Telexfree servem apenas para mascarar o pagamento pelo recrutamento de pessoas.

O autor prossegue asseverando o despropósito de se comprar as contas

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Hélanio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUATHER BERGAMARGES ANDRADE, informe o processo 0800224-44.2013.8.12.0001 e código 1896BEAE.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0800224-44.2013.8.12.0001 e código 1896BEAE.

99Telexfree no atacado, uma vez que tal produto de comunicação é disponibilizado por um programa de computador, baixado na internet, assim, se o divulgador pretender vender tais contas, basta fazer o cadastro do cliente no site da empresa para que este realize o dawnload do software, não havendo nenhuma necessidade de possuir estoque para entrega imediata do produto/serviço ao consumidor final, concluindo novamente que a única explicação para se exigir que os divulgadores adquiram kits de contas 99Telexfree é mascarar o pagamento pela adesão ao esquema de pirâmide financeira.

Menciona que o primeiro contrato ao qual teve acesso referia-se a um contrato de divulgação, não de vendas, o que já descaracteriza o marketing multinível. Apresenta páginas iniciais de sites de empresas que operam o marketing multinível, frisando em seus produtos, enquanto a página inicial da Telexfree foca claramente na oportunidade de negócio, havendo inclusive a mensagem "ganhe dinheiro postando", sem qualquer menção às palavras voip, serviço de comunicação ou conta 99Telexfree.

Salienta que o mesmo cenário ocorre na publicidade nos carros e estabelecimentos da Telexfree, havendo grande foco na oportunidade do negóio e deixando-se em segundo plano o produto/serviço, havendo grande referência a ganhar dinheiro, a cadastrar-se, mas nunca a "use conta voip 99Telexfree" ou "fale ilimitado com qualquer celular, DDD e DDI de diversos países".

O autor faz referência à necessidade de capacitação dos revendedores de empresas que atuam em marketing multinível, para que aprendam as vantagens do produto e as técnicas de marketing e venda, e enfatiza que isso não ocorre na Telexfree, uma vez que a taxa paga para adesão não enseja recebimento de nenhum material de publicidade ou capacitação para vendas e conhecimento do produto. Alega que apenas um ano após o início de suas atividades na Telexfree é que o divulgador passa a ter a opção (não obrigação) de comprar, ao preço de US$40,00, um vídeo acerca da empresa ré, o qual por sua vez é focado no recrutamento de novos divulgadores e não em explicar sobre os produtos ou ensinar técnicas de venda, em clara demonstração de que a ré Ympactus Comercial Ltda. não tem interesse em vender as contas 99Telexfree, mas apenas em angariar fundos com o

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000035003 e CAUTHER CARVALHO FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

recrutamento de novos investidores.

Faz referência também a uma petição que lhe foi encaminhada pela ré Ympactus Comercial Ltda., na qual a mesma não faz alusão ao divulgador como um revendedor de contas voip, deixando claro, também através dos contratos, que a finalidade do divulgador/consumidor/investidor é apenas investir dinheiro, sob o argumento de que deverá postar anúncios para ser remunerado, o que se extrai da própria denominação "divulgador", que não dá a conotação de distribuidor, revendedor, etc.

O autor coletivo menciona que a ré Ympactus Comercial Ltda. quer fazer crer que a importância dos divulgadores é divulgar a empresa, postando anúncios na internet a respeito do voip. Ocorre que a empresa remunera apenas a postagem dos anúncios que ela própria disponibiliza, nos sites também indicados por ela, havendo empresas que postam automaticamente os anúncio, mediante pagamento de R$3,39 ao mês, o que implica dizer que não há qualquer vantagem, mas somente prejuízo para a Telexfree, pagar cerca de R$160,00 por mês por cada conta AdCentral, se poderia fazer a mesma publicidade a R$3,39.

Refere-se ainda ao fato de que, nos sites onde é possível postar os anúncios da Telexfree já há publicidade da empresa, espaço colocado por ela própria e não pelos divulgadores. Exemplifica falando do site Ecos da Notícia, no qual é necessário clicar no campo "faça seu anúncio aqui", abrindo-se então uma página em que aparecem centenas de banners, inclusive com texto repetido, o que leva a concluir que os anúncios postados pelos divulgadores/consumidores/investidores provavelmente são vistos apenas por eles próprios e não por consumidores em potencial que estejam visitando o site.

Refere-se, também, aos sites criados apenas para as postagens dos anúncios, certamente também vistos apenas pelos próprios divulgadores/consumidores/investidores. Menciona que a postagem de banners é estratégia de marketing ultrapassada, pois atualmente uma das estratégias mais utilizadas é pagar aos sites de busca, remunerando-os por cada clique, ou seja, por cada acesso efetivo ao sítio do contratante. Calcula que através das postagens de anúncios a empresa ré gasta mais de R$72.000.000,00 ao mês por esse serviço de publicidade que não alcança os consumidores finais.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseair de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003 8e CLATHIBERCA ERRE IRANDA MARTINS JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Ainda sobre a postagens de anúncios, o autor faz menção à cláusula 13.2, por força da qual a Telexfree se desobriga do dever de recomprar dos divulgadores as contas pagas aos mesmos a título de remuneração pelas postagens e menciona que eventual pagamento não garantirá o "valor de face" do produto, a ser negociado conforme o volume, a demanda e/ou seus estoques. Afirma que, na prática, a Telexfree recompra todas as contas 99Telexfree adquiridas pelos divulgadores como bonificação pelas postagens, ao preço de US$20,00 cada uma, leva os divulgadores a crer que existe a obrigação da recompra em razão da publicidade enganosa e também à conclusão de que a empresa não precisa dos mesmos para vender o produto/serviço, afastando também a caracterização do marketing multinível. Enfatiza que em razão da conta 99Telexfree ser um serviço disponibilizado com um *software* baixado no site, a ré Ympactus Comercial Ltda. não precisa recompra-las para revende-las, bastando apenas disponibilizar o *software* para ser baixado, sem necessidade de nenhum pagamento aos divulgadores. Questiona a razão da ré Ympactus pagar US$20,00 pelo que sequer precisaria pagar, concluindo que a recompra também é uma maquiagem para a remuneração paga pela adesão à rede.

O autor alega que o contrato firmado entre a ré Ympactus Comercial Ltda. e os divulgadores garante mais vantagens ao cadastramento de novas pessoas do que à venda das contas 99Telexfree aos consumidores finais. Enfatiza que o contrato ora se refere à conta 99Telexfree como produto, ora como serviço, mas que na verdade se trata de um serviço, chamado de produto apenas para justificar a venda através de kits. Realça que o site da Telexfree leva à entender que não há limitação de minutos no uso de tais contas, haja vista a utilização de expressões como "fale a vontade", o que não procede, pois há limitação de 3.000 minutos.

O autor afirma que a Telexfree não é associada da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABVED), ao contrário das empresas de marketing multinível mais respeitadas. Aduz que as postagens devem ser feitas obedecendo ao horário de Boston, o que não se justifica, pois os divulgadores e os sites para postagens estão hospedados no Brasil. Refere-se à insustentabilidade do negócio, calculando que cada divulgador AdCentral que apenas poste um anúncio por dia, sem trazer ninguém mais para o sistema, tampouco vender

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fábrício Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003388 e CLAUDIA BERGAMASCHI FONTANA MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

nenhuma conta, recebe lucro anual de US$671,00 (US$960,00 recebido menos US$289,00 pago), sem gerar nenhuma receita à empresa. Estima que só no Acre o déficit gerado pelos divulgadores à Telexfree anualmente será de US$48.370.000,00, não havendo nenhuma correlação entre o que se produz e o que se ganha.

A parte autora prossegue fazendo referência ao exagero de contas 99Telexfree, estimando que apenas no Acre, onde teriam 70 mil cadastros, considerando que todos estejam na categoria AdCentral, teríamos 700 mil contas voips disponíveis para venda, pouco menos que toda a população do Estado, em que quase metade da população vive na zona rural, sem acesso à internet. Aduz que a Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda emitiu Nota Técnica nº 25/COGAP/SEAE/MF, em 05 de março de 2013, indicando que o modelo de negócio realizado pela empresa Ympactus Comercial Ltda. sugere um esquema piramidal. Aduz que a Telexfree poderá ser o maior golpe da história do Brasil e que há claros sinais de saturação da pirâmide, com possibilidade de desvio de dinheiro para outros países.

A parte autora relatou que após a concessão de medida acautelatória nos autos da ação cautelar preparatória proposta perante este juízo, o réu Carlos Costa apresentou em vídeo um contrato com a seguradora Mapfre, afirmando que já teria sido aceito e que em poucos dias todos estariam segurados. Tal informação também constou no recurso de agravo de instrumento apresentado pela empresa ré. Contudo, a própria Mapfre veio a público negar qualquer relação contratual com a empresa ré, ao que o réu Carlos Costa respondeu, também em vídeo, que todo o imbróglio se deu em razão da utilização indevida da marca da seguradora pelos divulgadores Telexfree.

Menciona que, ainda após a concessão da referida decisão liminar, a empresa ré tentou fraudar os consumidores/divulgadores, realizando transações no dia seguinte, quando ainda não havia sido efetivado o bloqueio de seus bens e valores, transferindo R$101.660.299,00 às empresas Wordxchange Intermediação e Negócios Ltda. e Simternet Tecnologia da Informação Ltda. ME.

Repete que a relação existente entre os divulgadores e a Telexfree é de

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095000388 e CLAUDIA BERGAMASCHI FRANDEMARGES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

consumo e que a prática da empresa é abusiva e ilegal, ferindo os princípios da harmonia, equilíbrio, boa-fé objetiva e confiança, acarretando vantagem excessiva a que se referem o art. 39, V e o art. 51 do CDC. Assevera que o negócio jurídico firmado com os divulgadores é nulo, em razão da ilicitude do objeto, que se trata de pirâmide financeira, que inclusive caracteriza crimes descritos nos arts. 171 e 288 do CP, art. 2º, IX, da Lei nº 1.521/51 e art. 1º da Lei nº 9.613/98. Trata-se, ainda, de negócio simulado, versando sobre pirâmide financeira travestida de marketing multinível.

A parte autora menciona que houve desvio patrimonial e insuficiência de fundos da pessoa jurídica ré, havendo possibilidade de que não disponha de patrimônio capaz de ressarcir os danos provocados aos consumidores, tornando necessária a desconsideração da personalidade jurídica, na forma dos arts. 28 do CDC e 50 do CC. Menciona, ainda, que a empresa ré não obteve registro junto aos órgãos competentes e que atua de forma ilegal e ilícita, tratando-se de atividade clandestina, a despeito da publicidade, devendo ser dissolvida.

Salienta que a atividade ilícita da empresa ré gera danos materiais aos consumidores/investidores, havendo responsabilidade objetiva, na forma do art. 14 do DCD, gerando também danos extrapatrimoniais coletivos, pois criou um caos coletivo em todos os Estados da Federação. Assevera a necessidade de inversão do ônus da prova, conforme art. 6º, VIII, do CDC.

O autor finaliza postulando: a) a confirmação da decisão liminar concedida nos autos da Ação Cautelar Preparatória nº 0005669-76.2013.8.01.0001, mantendo-se a indisponibilidade dos bens e valores de todos os réus, bem como a vedação de novos cadastros e suspensão de pagamento aos cadastros já existentes; b) a dissolução da pessoa jurídica ré; c) a declaração de nulidade dos negócios jurídicos celebrados entre a empresa ré e todos os consumidores/investidores/divulgadores, em razão da ilicitude do objeto e da simulação; d) a condenação da empresa ré ao ressarcimento dos danos materiais causados aos consumidores/investidores e, uma vez havendo saldo residual, a indenização pelas bonificações prometidas; e) a condenação da empresa ré ao pagamento de danos extrapatrimoniais coletivos, no valor mínimo de R$8.000.000,00 (oito milhões de reais); e) a

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

desconsideração da personalidade jurídica da empresa ré, responsabilizando-se subsidiariamente todos os seus sócios; f) a condenação da empresa ré à obrigação de fazer, consistente em não firmar novos contratos com os consumidores/investidores/divulgadores, sob pena de multa de R$100.000,00 (cem mil reais) por cada novo contrato firmado; g) a condenação dos réus pessoas físicas à obrigação de não fazer, consistente em não atrair e contratar, qualquer *back office* ou similar, por meio da empresa requerida ou de qualquer outra, sob pena de multa de R$100.000,00 (cem mil reais) por cada novo contrato firmado.

O autor também solicita a inversão do ônus da prova, a imposição aos réus para exibição dos documentos que relaciona e a expedição de ofício ao Controle de Atividades Financeiras (COAF), para que encaminhe todos os relatórios de inteligência financeira envolvendo os réus.

A petição inicial foi instruída com documentos de pp. 61/75, 103/147, 155/694.

Houve inversão do ônus da prova, determinação de citação dos réus e para que exibam os documentos solicitados pelo autor (p. 695).

Foram expedidas cartas de citação (pp. 696/700), todas infrutíferas (pp. 862/866), com exceção de Lyvia Maria Campista Wanzer, que foi citada (p. 869).

Foram formulados centenas de pedidos de habilitação, litisconsórcio e vista dos autos (pp. 702/729, 730/754, 755/772, 773/805, 806/838, 839/845, 846/853, 854/858, 1.720/1.761, 1.762/1.845, 1.848/1.857, 1.858/1.891, 1.892/1.910, 1.911/1.916, 1.917/1.922, 1.923/1.946, 1.947/1.950, 1.951/1.970, 1.971/1.983, 2.010/2.032, 2.033/2.053, 2.054/2.075, 2.076/2.095, 2.096/2.102, 2.103/2.110, 2.111/2.118, 2.119/2.126, 2.127/2.133, 2.134/2.140, 2.141/2.147, 2.148/2.155, 2.156/2.162, 2.163/2.169, 2.170/2.175, 2.176/2.201, 2.202, 2.203/2.205, 2.206/2.228, 2.229/2.245, 2.246/2.262, 2.263/2.266, 2.267/2.270, 2.271/2.275, 2.276/2.285, 2.286/2.291, 2.292/2.296, 2.297/2.302, 2.303/2.304, 2.305/2.326, 2.237/2.342, 2.343/2.348, 2.351/2.357, 2.358/2.366, 2.367/2.374, 2.375/2.382, 2.383/2.389, 2.390/2.396, 2.397/2.406, 2.407/2.412, 2.414/2.420, 2.421/2.428, 2.429/2.436, 2.474/2.500, 2.501/2.507, 2.508/2.514, 2.515/2.525, 2.526/2.534, 2.535/2.541, 2.542/2.547, 2.548/2.549, 2.550/2.551,

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000095003 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

2.552/2.553, 2.554/2.555, 2.556/2.557, 2.558/2.566, 2.567/2.568, 2.569/2.570, 2.571/2.573, 2.574/2.575, 2.576/2.581, 2.582/2.588, 2.589/2.617, 2.618/2.663, 2.664/2.674, 2.675/2.710, 2.711/2.721, /2.722/2.745, 2.746/2.791, 2.792/2.796, 2.797/2.821, 2.822/2.846, 2.847/2.854, 2.855/2.863, 2.864/2.882, 2.883/2.898, 2.899/2.910, 2.911/2.924, 2.953/2.981, 2.982/2.989, 2.990/3.000, ..001/3.033, 3.034/3.056, 3.057/3.069, 3.070/3.109, 3.110/3.121, 3.122/3.139, 3.140/3.168, .3.179/3.188, 3.189/3.194, 3.195/3.207, 3.208/3.220, 3.221/3.236, 3.237/3.241, 7.786/7.797, 7.798/7.811, 7.862/7.871, 7.875/7.876, 7.877/7.887, 7.888/7.920, 7.921/7.953, 7.954/7.986, 7.987/8.010, 8.011/8.021, 8.022/8.035,8.036/8.044, 8.045/8.058, 8.059/8.072, 8.083/8.110, 8.111/8.118, 8.119/8.125, 8.126/8.137, 8.138/8.148, 8.149/8.159, 8.160/8.168, 8.169/8.179, 8.024/8.029, 8.264/8.270, 8.271/8.308, 8.523/8.532, 8.566/8.580, 8.581/8.589, 8.601/8.644, 8.838, 8.839/8.851, 8.878/8.880, 8.882/8.904, 8.906/8.909, 8.910/8.919, 8.920/8.931, 8.956/8.957, 8.963/8.987, 8.963/8.987, 9.141/9.178, 9.179/9.220, 9.221/9.270, 9.271/9.285, 9.343/9.353, 9.394/9.398, 9.679/9.712, 9.714/9.718, 9.721/9.727, 9.728/9.735, 10.261/10.300, 10.536/10.541, 10.805/10.812, 10.877/10.885, 10.967/10.972, 10.973/10.988, 11.285/11.373, 11.394/11.400, 13.159/13.175, 15.235/15.323, 16.256/16.259, 16.640/16.669, 16.670/16.685, 18.819/18.822, 18.823/18.837, 19.893, 19.897/19.898, 19.899/19.919, 20.028/20.030, 20.042/20.078, 20.114/20.115, 20.323/20.332, 20.593/20.602, 20.646/20.653). Todos os requerimentos foram indeferidos, conforme fundamentos exarados no item 12 da decisão de pp. 40.068/40.075 dos autos da ação cautelar preparatória em apenso, bem como porque não há nenhuma decisão ordenando pagamentos, não havendo interesse processual a habilitações de créditos e também em razão da ação tramitar sob segredo de justiça (pp. 2.925/2.934, 8.210/8.233, 8.346/8.349, 8.536/8.537, 9.296/9.297, 9.461/9.462, 9.736, 10.464/10.466, 10.886/10.887, 11.115/11.116, 15.231/15.232, 15.367, 15.409/15.410, 16.040/16.042, 17.660/17.661, 19.894/19.895, 20.116/20.117).

A empresa ré opôs embargos declaratórios em face da decisão que inverteu o ônus da prova (pp. 870/879) e apresentou contestação (pp. 880/964), instruíra com procuração e documentos (pp. 965/1.116).

Na peça de defesa a empresa ré informa que a Telexfree foi fundada em 2002, nos Estados Unidos, pelo réu James Merril e, desde então, vem atuando no mercado de

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038 e CLAUDIA BERGAMASCO SANTOS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812966-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

publicidade e propaganda e telecomunicação voip. No Brasil, a Telexfree (Ympactus Comercial Ltda.) foi fundada em fevereiro de 2012, trazendo ao mercado brasileiro uma tecnologia inovadora MVNO de serviços e adaptando-se às normas da ANATEL e às leis brasileiras. Aduz que o principal produto da empresa Telexfree é chamado 99Telexfree, tratando-se de um voip que permite falar a vontade de celular ou telefone fixo para telefones fixos ou celulares de qualquer lugar do Brasil, Estados Unidos, Canadá e mais 40 países, tendo por escopo reduzir os altos custos das ligações feitas para celulares, interurbanas e internacionais.

A empresa ré prossegue informando que utiliza como estratégia de vendas o marketing multinível, que se baseia na distribuição de produtos e serviços por meio de indicação de distribuidores independentes, que recebem bônus para isso. Assevera que não se trata de uma pirâmide financeira e que alçou desempenho fenomenal porque realmente entrega a seus divulgadores lucro e distribui riqueza, os quais somente recebem comissionamento de forma líquida, após retenção e pagamento dos impostos devidos. Menciona que alguns divulgadores têm mais sucesso que outros em razão da dedicação ao negócio e do empreendedorismo.

Argumenta que a tese de que sua atividade se caracteriza como pirâmide financeira não se sustenta porque o divulgador só aufere receita dos demais divulgadores até o 5º nível e pelo período de um ano, findo o qual necessita recontratar pagando luvas de 20% de sua receita, havendo sim um estrutura geometricamente randômica, garantindo-se a irrigação econômica multinível da rede. Refere-se às conclusões da "Análise da Estratégia Empresarial de Marketing Multinível e Estudo do Caso Telexfree", de autoria de Edmison de Siqueira Varejão Neto, Francisco Costa e Ângelo Polydoro, no sentido de que o produto oferecido e o preço praticado pela Telexfree estão de acordo com os seus concorrentes; de que para os divulgadores o negócio é de risco, mas com possibilidade de lucro, sem necessidade de entrada de novos divulgadores em sua rede para recuperação do investimento; que caso a empresa mantenha uma rede numerosa de contas 99Telexfree adimplentes, seus ganhos de mensalidade podem ser grandes o suficiente para remunerar os custos e as despesas operacionais e o capital investido, garantindo sustentabilidade ao negócio.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fábrício Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDDE – 111072200000350038 e CLAUDIA BERGAMASCHI FRANDEMARCHI. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

A empresa ré prossegue sustentando que não há relação de consumo com os divulgadores, que não são destinatários finais do produto. Argumenta que não há desvio da atividade, estando comprovadas a regularidade, a legalidade e a sustentabilidade do negócio, conforme concluiu o Ministério Público do Espírito Santo. Enfatiza que o marketing multinível é prática internacionalmente consagrada e adotada por grandes empresas como Amway, Avon, Herbalife, Natura, Boticário, etc., salientando que sua estratégia de remunerar divulgadores por indicações é um meio de diluir os investimentos com propaganda de larga escala. Faz referência às formas de ganho direto e indireto dos divulgadores, decorrentes da venda de contas 99Telexfree, citando as cláusulas 7.1 e 9.1.1 do contrato, e salienta que os divulgadores recebem bonificações pela aquisição e consumo das contas voip e vendas a terceiros; pela indicação de novos consumidores e associados/divulgadores, ao longo de um ano; e pelo serviço de postagem diária de anúncios.

A ré Ympactus Comercial Ltda. enfatiza que até a decisão liminar não devia nada a terceiros e que compete ao autor demonstrar a tese de que a atividade é insustentável, conforme art. 333, I, do CPC. Rebate as assertivas do autor acerca das contas voip e das postagens dos anúncios, sustentando que o produto é tangível e que o Brasil possui a segunda maior tarifa de celular do mundo e ainda assim a habilitação de linhas celulares no país é crescente, o que explica seu sucesso comercial, pois oferece uma alternativa barata de comunicação. Sobre os anúncios, enfatiza que é a 31ª colocada entre milhares de empresas do Brasil, segundo dados de www.alexa.com. Rebate, também, a tese de que não disponibiliza treinamento aos divulgadores, havendo sido disponibilizada a todos os internautas em seu site, desde o início, e de que os divulgadores desconhecem o conteúdo da cláusula 13.2, o que deve ser provado pelo autor, uma vez que o contrato também está disponível na web. Enfatiza que não basta um *dawnload* para que se tenha acesso ao voip, sendo necessária uma estrutura nas centrais da empresa que suporte a ativação.

Sobre a nota técnica emitida pela Secretaria de Acompanhamento Econômico, a empresa ré realçou que a análise ateve-se à possibilidade de captação indevida da economia popular e que o conteúdo da Nota não pode ser divulgado, por força de decisão liminar, já que a abordagem adentrou em assuntos que não são da alçada da referia Secretaria.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO – 11107220000095003388 e CLAUDIA BERGAMASCO – 11107220000095003388.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Após introdução fática, a empresa ré suscita preliminares de incompetência absoluta do juízo para apreciar e julgar questões de alcance e impactos nacionais (ofensa ao art. 16 da Lei nº 7.347/85); ilegitimidade passiva *ad causam* do Ministério Público Estadual; inépcia da petição inicial, em razão da impossibilidade de cominação de condenação em dinheiro e obrigação de fazer e não fazer; e impossibilidade jurídica do pedido de condenação cumulativo (obrigação de fazer e não fazer e danos morais na ação civil pública). Aduz a absoluta impossibilidade de manutenção da liminar concedida na ação cautelar em razão do *periculum in mora* reverso e a inaplicabilidade do CDC, haja vista a inexistência de relação de consumo e impossibilidade de inversão do ônus da prova.

Ainda na contestação a empresa ré sustenta o descabimento da ação coletiva, em razão do princípio da economia processual, já que a ação, como proposta, é inábil ao fim colimado, não versando sobre relação de consumo ou diretos coletivos ou individuais homogêneos, de natureza indivisível e indisponível, versando sim sobre direito manifestamente individual, divisível e disponível, sendo incabível a substituição processual pelo Ministério Público.

A empresa ré reputa absurdo o pedido de sua dissolução, havendo grave ofensa ao livre exercício da atividade econômica (art. 170 da CF), ao direito ao exercício do trabalho (art. 5º, XIII, da CF), à isonomia (art. 5º, I, da CF), ao princípio da livre concorrência (art. 170, II, III, VII e VIII, da CF), ao Estado Democrático de Direito, à garantia que veda pena de morte e de caráter perpetuo (art. 5º, XLVII, "a" e "b", da CF), ao devido processo legal (art. 5º, LIV).

Reputa também absurdo o pedido de declaração de nulidade dos negócios jurídicos firmados com os divulgadores, pois estão presentes todos os requisitos de validade do negócio, não havendo qualquer prova das irregularidades que lhe são imputadas e não havendo também vedação à comercialização de contas voip em território brasileiro, não se podendo falar em simulação, prestigiando-se o princípio do *pacta sunt servanda,* até porque o *Parquet* não tem legitimidade e superpoderes para intervir em contratos livremente pactuados, sob pena de violação aos princípios do contraditório e do devido processo legal.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por WASSIR DE FRAIBERG CARVALHO, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003388-CAUTELAR INCIDENTAL - 0800224-44.2013.8.01.0001 - 2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e código 110E36D.

Esclarece que por estas mesmas razões devem ser julgadas improcedentes as pretensões de condenação à obrigação de não firmar novos contratos e de não utilizar o back office de sua propriedade em qualquer outra atividade semelhante.

A empresa ré defende a impossibilidade de devolução dos valores pagos, sustentando que se algum prejuízo foi causado aos divulgadores, decorreu da ação proposta pelo autor, pois impediu os divulgadores de trabalhar. Enfatiza que mesmo se admitindo a irregularidade de suas atividades, ainda assim seria inviável a devolução de valores, pois todos os divulgadores receberam os voips adquiridos, os quais poderiam vender a terceiros ou utilizar, de modo que a devolução implicaria em enriquecimento ilícito. Insurge-se, também contra o pedido de reparação de danos morais coletivos, alegando que os pretensos prejudicados estão identificados, não havendo ofensa a direitos transindividuais. Alega que não praticou qualquer ação ou omissão apta a ensejar danos a quem quer que seja.

Em sua defesa a empresa ré também insurge-se contra o valor pleiteado pelo autor a título de indenização por danos morais coletivos, reputando-o irrazoável e exagerado e salientando que, em caso de condenação, a indenização não poderia ultrapassar R$15.000,00 (quinze mil reais). Refuta o pedido de desconsideração da personalidade jurídica, afirmando ausentes os requisitos legais a tanto necessários. Oferece caução no valor de R$659.629.591,00 (seiscentos e cinquenta e nove milhões, seiscentos e vinte e nove mil, quinhentos e noventa e um reais), que corresponde ao valor da marca Telexfree e requer que o autor seja reputado litigante de má-fé.

A empresa ré finaliza sua contestação postulando o acolhimento das teses preliminares; que o bloqueio de bens e valores seja reduzido a 0,38%, respeitada a proporção da população do Estado do Acre; a revogação da liminar mediante o recebimento da caução; a liberação de valores para suas despesas ordinárias; a improcedência dos pedidos formulados na ação civil pública; na hipótese de condenação, que os danos morais coletivos sejam arbitrados em R$15.000,00 (quinze mil reais) e que na devolução aos divulgadores sejam descontadas as quantias já adiantadas a qualquer título, seus custos administrativos e os valores relativos aos voips entregues; a condenação do autor como litigante de má-fé.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Oliveira Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000035003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

A empresa ré peticionou solicitando a urgente apreciação das teses de ilegitimidade ativa e inépcia da petição inicial (pp. 972/974). Postulou a juntada de documentos (pp. 976/977, 978/1.024, 1.025/1.116).

A ré Livia Mara Campista Wanzeler apresentou contestação (pp. 1.117/1.200), acompanhada de procuração e documentos (pp. 1.201/1.206). Arguiu as mesmas teses de defesa da ré Ympactus Comercial Ltda.

O réu Carlos Nataniel Wanzeler apresentou contestação (pp. 1.207/1.293, acompanhada de procuração (p. 1.294). As testes suscitadas também são as mesmas aventadas pela ré ré Ympactus Comercial Ltda.

O Ministério Público manifestou-se sobre a ausência de citação dos réus e pedidos de intervenção de terceiros (pp. 1.295/1.301).

O réu Carlos Roberto Costa apresentou contestação (pp. 1.302/1.388), acompanhada de procuração (p. 1.389). As testes suscitadas também são as mesmas aventadas pela ré ré Ympactus Comercial Ltda.

O réu James Matthew Merril apresentou contestação (pp. 1.391/1.476), acompanhada de procuração (p. 1.477). Arguiu as mesmas teses que a ré Ympactus Comercial Ltda. A peça de defesa foi apresentada em duplicidade (pp. 1.478/1.565).

A ré Ympactus Comercial Ltda. apresentou procuração (pp. 1.566/1.567) e requereu a juntada de documentos (pp. 1.568/1.585).

Os réus Carlos Roberto Costa, Carlos Nataniel Wanzeler e James Matthew Marril apresentaram substabelecimento (pp. 1.586/1.587).

A ré Ympactus Comercial Ltda. peticionou requerendo a transferência de valores para Tijuca Desing Hotel SPE Ltda. (pp. 1.588/1.635). Peticionou requerendo a juntada de parecer firmado por Jairo Saddi (pp. 1.636/1.702).

Houve resposta ao expediente encaminhado ao COAF, instruído com mídia arquivada em Cartório (p. 1.703 e p. 1.704).

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUATHIER CAETANO DE FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

Determinou-se a intimação do autor para contrarrazões aos embargos de declaração e manifestação sobre preliminares e documentos que instruíram as contestações. As partes foram intimadas a se manifestarem sobre pedidos de assistência litisconsorcial. Determinou-se a expedição do edital a que se refere o art. 94 do CDC (p. 1.707).

Houve publicação do edital (p. 1.707).

Os réus insurgiram-se contra os pedidos de habilitação e requereram a retificação do nome da ré Livia Mara Campista Wanzeler (pp. 1.708/1.714).

Houve pedidos de desabilitação dos autos (pp. 1.719, 1.846, 1.847).

O autor apresentou contrarrazões aos embargos de declaração, manifestou-se sobre inversão do ônus da prova e preliminares suscitadas nas contestações (pp. 1.994/2.009).

Os réus especificaram as provas que pretendem produzir (pp. 2.349/2.350).

O autor apresentou réplica, manifestando-se sobre preliminares e outras teses suscitadas nas contestações e sobre os documentos carreados aos autos (pp. 2.437/2.473).

Os embargos de declaração opostos em face da decisão que inverteu o ônus da prova foram conhecidos e providos, indeferindo-se a referida inversão, em razão da ausência de relação de consumo. As partes foram intimadas a especificarem as provas que pretendem produzir (pp. 2.925/2.934).

Foram encaminhadas decisões proferidas por outros juízos em ações individuais propostas por divulgadores, solicitações de reservas de valores, penhoras no rosto dos autos, informações sobre o andamento do processo (pp. 2.940/2.952, 8.073/8.077, 8.078/8.082, 8.180/8.183, 8.184/8.187, 8.188/8.191, 8.192/8.195, 8.538/8.551, 8.652/8.656, 9.805/9.810, 9.811/9.813, 9.814/9.816, 9.817, 9.818, 9.819, 10.000/10.010, 10.789/10.792, 10.794/10.798, 10.951, 10.957, 11.211, 11.279/11.280, 11.282/11.283, 11.411/11.415, 13.150/13.151, 13.152, 13.153/13.158, 15.382/15.389, 15.390/15.396, 15.397/15.401, 15.974/15.980, 15.981/15.985, 15.986/15.987, 15.988/16.035, 16.136/16.137, 16.138, 16.139/16.148, 16.149/16.152, 16.153/16.156, 16.157/16.158, 16.159/16.174, 16.175/16.177,

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fátimo Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUATHER FERREIRA FONTENELE MARTINS JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

16.178/16.182, 16.183/16.187, 16.188/16.192, 16.193/16.197, 16.198/16.202, 16.203/16.207, 16.208/16.212, 16.213/16.217, 16.218/16.222, 16.223/16.227, 16.228/16.232, 16.261/16.265, 16.266/16.272, 16.273, 16.322, 16.323, 16.324/16.325, 16.615, 16.616/16.619, 16.620/16.623, 16.624, 16.627, 16.62816.631, 16.632/16.635, 16.636/16.639, 17.600, 17.601, 18.780/18.781, 18.782/18.783, 18.784/18.785, 18.786/18.787, 18.840/18.841, 18.842/18.845, 18.846/18.847, 18.848, 18.849, 18.851/18.853, 20.086/20.087, 20.088/20.089, 20.090/20.091, 20.092/20.093, 20.094/20.095, 20.096, 20.097, 20.098/20.099, 20.100/20.107, 20.108/20.110, 20.111, 20.498/20.500, 20.501/20.503, 20.504/20.516, 20.517/20.518, 20.519/20.523, 20.524/20.533, 20.534, 20.535/20.536, 20.537, 20.538/20.539, 20.540/20.569, 20.570/20.571, 20.603/20.613, 20.640, 20.641/20.644, 20.656, 20.657, 20.658). Sobre a reserva e constrição de valores, estendeu-se o conteúdo da decisão proferia no item 3 das pp. 40.715/40.718, dos autos da ação cautelar em apenso (pp. 8.210/8.233, 8.956/8.957, 9821/9.823, 10.011/10.013, 15.231/15.232, 15.409/15.410, 16.040/16.042, 16.280/16.281, 17.660/17.661, 19.894/19.895, 20.116/20.117).

Os réus peticionaram requerendo o reconhecimento da ausência de interesse e legitimidade do autor e especificando as provas que pretende produzir (pp. 3.242/3.270). Pleiteou a juntada de documentos (pp. 3.271/7.784). Novamente especificaram as provas a serem produzidas (pp. 7.812/7.813).

O autor especificou as provas que pretende produzir e apresentou embargos de declaração em face da decisão que declarou inexistência de relação de consumo e indeferiu a inversão do ônus da prova (pp. 7.814/7.841). Os réus apresentaram contrarrazões aos embargos de declaração (pp. 7.842/7.849).

Houve decisão negando provimento aos embargos de declaração opostos pelo autor, determinando o agendamento de audiência preliminar e intimando os réus a exibirem documentos postulados pelo autor (pp. 7.850/7.854).

Os réus noticiaram a exibição dos documentos solicitados (pp. 7.872/7.874).

Houve audiência preliminar, mas as partes não conciliaram (pp. 8.196/8.202).

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000095003 e CUTHIBERGA FERREIRA FONTENELE MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

Os réus solicitaram autorização para buscarem seguro e resseguro para cobertura dos riscos de sua atividade econômica (p. 8.203).

Foi proferida decisão saneadora refutando-se as teses de incompetência absoluta deste juízo, ilegitimidade ativa do Ministério Público, inépcia da petição inicial, impossibilidade jurídica do pedido e impossibilidade de pedido de condenação cumulativo. Reconheceu-se a iligitimidade passiva da ré Livia Mara Campista Wanze. Foi acolhida a produção de provas pericial, depoimento pessoal das partes e testemunhal, nomeando-se perito e determinando-se a intimação das partes para formularem quesitos. Impôs-se aos réus o ônus de antecipação dos honorários periciais. Foram fixados os pontos controvertidos da demanda e formulados os quesitos do juízo, a serem respondidos na perícia. Foi indeferido o pedido de contratação de seguro das atividades da empresa ré (pp. 8.210/8.233).

A empresa BDO RCS Auditores Independentes, nomeada perita, apresentou escusa (pp. 8.262/8.263).

Os réus apresentaram embargos de declaração em face da decisão saneadora (pp. 8.309/8.344), os quais foram conhecidos, porém rejeitados liminarmente. Acatou-se a escusa apresentada pela perita, nomeando-se em lugar da mesma a empresa Ernest & Yong (pp. 8.346/8.349).

Os réus solicitaram a intimação do autor para manifestação sobre a proposta de sub-rogação por terceiro dos potenciais direitos dos divulgadores (pp. 8.368/8.369). Apresentaram embargos de declaração em face da decisão que rejeitou liminarmente os embargos de declaração opostos em face da decisão saneadora (pp. 8.370/8.385).

A empresa perita apresentou proposta de honorários perícias (pp. 8.386/8.396).

Os embargos de declaração opostos pelos réus foram rejeitados liminarmente, sendo declarados manifestamente protelatórios, aplicando-se aos embargantes multa de R$10.000,00 (dez mil reais). Determinou-se à empresa ré a exibição de documentos necessários à realização da prova pericial (pp. 8.397/8.398).

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Fátima Oliveira Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 111072000000350038 e CLAUDIA MARGARIDA FRANDEMARCHI. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Os réus solicitaram a apresentação dos documentos solicitados; a reconsideração da decisão que lhes impôs a multa prevista no art. 538 do CPC; a expedição de alvará para pagamento da multa, custas e taxa de preparo; o acolhimento da exceção de impedimento oposta em face da empresa perita; a revogação da decisão que lhe impôs o pagamento dos honorários periciais ou, alternativamente, que sejam custeados pela Fazenda Pública Estadual do Acre; a limitação dos honorários periciais a R$500.000,00 (quinhentos mil reais); a revogação da decisão que lhes determinou a produção de prova diabólica (pp. 8.404/8.464).

O autor manifestou-se favoravelmente ao valor dos honorários propostos pela empresa perita, insistiu que a empresa ré exiba os documentos solicitados e refutou o pedido de sub-rogação (pp. 8.465/8.469).

Foi rejeitado o pedido de reconsideração acerca da imposição da multa prevista no art. 538 do CPC; deferiu-se a expedição de alvará judicial para pagamento da multa e preparo do recurso; manteve-se a decisão saneadora, inclusive a imposição aos réus de custeio da prova pericial (pp. 8.471/8.472).

Os réus apresentaram proposta de acordo (pp. 8.479/8.505).

O autor solicitou a imposição aos réus de exibição dos documentos que relacionou, sob as penas do art. 359 do CPC (pp. 8.506/8.516).

Os réus solicitaram liberação de valores para pagamento de guias de preparo e multa do art. 538 do CPC (pp. 8.517/8.522).

O autor apresentou quesitos (pp. 8.535/8.536).

Impôs-se ao réu Carlos Wanzeler a obrigação de fornecer a senha de acesso ao banco de dados da empresa, rejeitando-se a escusa apresentada. Impôs-se ao mesmo, ainda, a exibição de documentos, tudo sob as penas do art. 359 do CPC. O réu Carlos Wanzeler foi considerado litigante de má-fé, sendo-lhe imposta multa de R$10.000,00 (dez mil reais) (pp. 8.536//.537).

Foram expedidos alvarás judiciais para pagamento da multa do art. 538 do

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO HENRIQUE – 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

CPC e preparo de recurso (pp. 8.555/8.560).

O autor refutou a proposta de acordo apresentada pelos réus e apresentou outra proposta (pp. 8.590/8.598).

O réu Carlos Wanzeler apresentou a senha que lhe foi solicitada (pp. 8.599/8.600).

Os réus concordaram com a proposta de acordo apresentada pelo autor, apontando os itens a serem ajustados (pp. 8.645/8.648). Solicitaram alvará para pagamento da multa prevista no art. 538 do CPC (pp. 8.649/8.651). Requereram que o autor seja considerado litigante de má-fé e que seja designada nova audiência de conciliação (pp. 8.658/8.703). Reiteraram o pedido de alvará para pagamento da multa prevista no art. 538 do CPC (p. 8.705).

O réu Carlos Wanzeler solicitou a juntada de documentos (pp. 8.709/8.715). Interpôs recurso de agravo retido em face da decisão de pp. 8.536/8.537 (pp. 8.716/8.725).

Os réus solicitaram a juntada de documento e o julgamento de improcedência dos pedidos formulados pelo autor (pp. 8.726/8.736). Noticiaram a interposição de recurso de agravo de instrumento em face da decisão saneadora (pp. 8.737/8.837). Solicitaram a juntada de documentos (pp. 8.852/8.876).

Foi deferida vista dos autos a um Defensor Público nomeado para defesa processual dos divulgadores (p. 8.877).

Os réus solicitaram reconhecimento da ilegitimidade passiva do autor (p. 8.905).

A empresa perita apresentou escusa (pp. 8.937/8.955).

Foi indeferido pedido de liberação de valores para o réu Carlos Wanzeler pagar a multa imposta em razão da litigância de má-fé; determinou-se a intimação do autor para apresentar contrarrazões ao recurso de agravo retido; indeferiu-se o pedido para que o autor seja reputado litigante de má-fé; rejeitou-se a escusa apresentada pela empresa perita e determinou-se o agendamento de audiência preliminar (pp. 8.956/8.957).

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por WANESSA DE FRANCA CARVALHO, é cópia do original assinado digitalmente por PEDDE - 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE REIS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

O autor insistiu na imposição aos réus de exibição de documentos e solicitou a desconsideração da proposta de acordo (pp. 8.988/8.919).

Os réus requereram a juntada de documentos, a desconsideração e desentranhamento das petições de pp. 8.988/8.955 e do documento de pp. 8.996/8.919 e a designação de audiência de conciliação (pp. 9.029/9.111).

A E. Relatora do agravo de instrumento interposto pelo réu em face da decisão saneadora conferiu efeito ativo ao recurso relativamente ao ônus dos custos dos honorários periciais, impondo-o à Fazenda Pública Estadual (pp. 9.113/9.123). Não houve juízo de retratação (p. 9.124).

O autor insurgiu-se contra pedido formulado pelo Defensor Público cujo acesso aos autos foi admitido (pp. 9.128/9.140).

A empresa perita apresentou proposta de honorários periciais (pp. 9.287/9.295).

Determinou-se aos réus a exibição de documentos; indeferiu-se a imposição ao réu Carlos Wanzeler de exibição dos *backups* do banco de dados da empresa; indeferiu-se o desentranhamento das peças de pp. 8.988/90019; determinou-se a intimação das partes para manifestação a respeito da proposta dos honorários periciais (pp. 9.296/9.297).

Os réus noticiaram a interposição de recurso de agravo de instrumento em face da decisão que determinou a manutenção da empresa perita nomeada (pp. 9.303/9.328). Reiteraram a discordância quanto à proposta de honorários periciais (p. 9.333/9.342).

O autor apresentou contrarrazões ao recurso de agravo retido interposto pelos réus (pp. 9.358/9.368). Manifestou que não adiantará os honorários periciais (p. 9.369).

Foi comunicada decisão proferida em agravo de instrumento interposto em face de decisão que rejeitou habilitação de assistentes aos autos. O recurso foi julgado deserto (pp. 9.370/9.379).

Os réus peticionaram alegando que possuem um produto específico, de valor agregado, solicitando a juntada de documentos (pp. 9.380/9.393). Requereram também a

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000005003 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ARAÚJO.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEE.

juntada de documentos demonstrando a regularidade tributária da empresa (pp. 9.399/9.460).

Foi mantida a decisão de pp. 8.536/8.537; indeferido o agendamento de audiência de conciliação; fixados os honorários periciais provisoriamente em R$1.750.000,00 (um milhão, setecentos e cinquenta mil reais); determinada a intimação do Estado do Acre para depósito da parcela inicial dos honorários; estabelecido o prazo de sessenta dias para apresentação do laudo pericial (pp. 9.461/9.462).

Foi colacionada cópia de decisão que rejeitou exceção de impedimento da empresa perita (pp. 9.475/9.480).

O Estado do Acre foi intimado (pp. 9.483/9.484).

Os réus solicitaram a juntada de documento (pp. 9.486/9.488). Dispuseram-se a custear a parcela inicial dos honorários perícias; solicitaram a liberação de R$65.434.098,70 (sessenta e cinco milhões, quatrocentos e trinta e quatro mil, noventa e oito reais e setenta centavos), para custeio de tributos federais; requereram a designação de audiência de conciliação (pp. 9.490/9.558).

Determinou-se a expedição de alvará judicial para pagamento da parcela inicial dos honorários periciais e a intimação do autor para indicação de assistentes técnicos. Deferiu-se a juntada de documentos através de HD externo (pp. 9.559/9.560).

A empresa perita comunicou a data de início dos trabalhos (pp. 9.571/9.573).

O autor indicou assistentes técnicos (p. 9.574).

Foi deferida a liberação de valores para pagamento de tributos federais (p. 9.575).

Foram expedidos alvarás para a empresa perita e para pagamento de tributos federais (pp. 9.576 e 9.580, 9.583/9.584, 9.587/9.591).

Os réus indicaram outro assistente técnico (p. 9.586). Houve manifestação da empresa perita (pp. 9.592/9.594). Os réus apresentaram HD externo (pp. 9.604, 9.606).

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Parceiro de Fábrício Carvalho Leite, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ARRAES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Nova manifestação da empresa perita (pp. 9.611/9.612). Solicitou-se da presidência do Tribunal de Justiça solução para que as partes e assistentes técnicos tenham acesso ao conteúdo do HD externo apresentado pelos réus (p. 9.614).

O autor postulou a juntada de documentos (pp. 9.624/9.655). Os réus postularam a liberação de valores para pagamento de seu assistente técnico (pp. 9.657/9.662). O réu Carlos Wanzeler requereu o desbloqueio incidente sobre um imóvel (pp. 9.664/9.676). A empresa perita solicitou dilação do prazo para conclusão dos trabalhos em cento e vinte dias (pp. 9.742/9.744).

Houve prorrogação do prazo para entrega do laudo pericial em cento e vinte dias; foi determinado o armazenamento das informações contidas em HD externo no Google Drive (p. 9.755).

O autor se insurgiu contra pedido de liberação de valores para pagamento dos honorários dos assistentes técnicos dos réus e contra a liberação de imóvel do réu Carlos Wanzeler (pp. 9.761/9.763).

Foi colacionado expediente oriundo da Secretaria Nacional do Consumidor (pp. 9.764/9.793). Houve comunicação de indisponibilidade dos bens dos réus, ordenada pelo juízo da 4ª Vara Federal de Execução Fiscal do Espírito Santo (pp. 9.795/9.804).

Houve autorização para os réus remunerarem seu assistente técnico, reduzindo-se o valor da parcela inicial para R$250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), reservando-se o juízo a estabelecer o valor final dos honorários. O levantamento da parcela inicial ficou condicionado à apresentação de anuência do juízo da 4ª Vara Federal de Execução Fiscal do Espírito Santo. Foi indeferida a liberação do imóvel do réu Carlos Wanzeler (pp. 9.821/9.823).

Os réus postularam a revogação da decisão liminar (pp. 9.836/9.846) e reiteraram o pedido de liberação de valores em favor de seu assistente técnico (pp. 9.847/9.853). Alegaram a desnecessidade de efetivação de bloqueios em face da decisão proferida pelo juízo federal fiscal (pp. 9.855/9.907). A petição foi apresentada em duplicidade (pp. 9.908/9.912). Informaram a existência de execuções e penhoras perante o juízo de

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE REIS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812316-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Cariacia/ES (pp. 9.915/9.950). Apresentaram embargos de declaração em face da decisão de pp. 9.821/9.823, acerca da remuneração de seu assistente técnico (pp. 9.983/9.994).

A decisão de pp. 10.011/10.013 indeferiu o pedido de revogação da decisão liminar; indeferiu os pedidos de pp. 9.855/9112; e rejeitou liminarmente os embargos de declaração opostos pelos réus.

Os documentos apresentados pelos réus em HD externo foram disponibilizados no Google Drive, sendo intimadas as partes e perito para ciência de seu conteúdo (p. 10.020).

Os réus informaram a tramitação de ação individual na Comarca de Pinhalzinho-SC (pp. 10.025/10.027). Apresentaram impugnação à petição e documentos de pp. 9.951/9.981, solicitando o desentranhamento dos autos (pp. 10.028/10.056). Comunicaram novamente a tramitação de ação individual na Comarca de Pinhalzinho-SC (pp. 10.057/10.099). Comunicaram a tramitação de ações individuais em Poço Verde-SE (pp. 10.100/10.136), em Vergueiro-SP (pp. 10.137/10.147), em Cariacica-ES (pp. 10.148/10.182), Campo Grande-MS (pp. 10.183/10.220), em Itaquera-SP (pp. 10.221/10.260).

Os réus comunicaram a interposição de recurso de agravo de instrumento em face da decisão acerca da remuneração do seu assistente técnico (pp. 10.035/10.323).

A empresa perita informou sobre o andamento dos trabalhos e sobre a incorrência de honorários (pp. 10.324/10.325 e 10.326/10.328).

Os réus comunicaram o agendamento de leilão na Comarca de Cariacica-ES (pp. 10329/10.333).

O autor pleiteou exibição de documentos e manifestou que compete aos réus informar aos juízos onde tramitam ações individuais acerca do processamento da presente ação coletiva (pp. 10.334/10.355).

O juízo da 1ª Vara Federal Criminal do Espírito Santo comunicou a indisponibilidade dos valores depositados neste juízo (pp. 10.356/10.463).

Determinou-se a comunicação ao Juízo de Cariacica-ES acerca da

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaciv2rb - Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUILHERME FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

indisponibilidade de todo o patrimônio dos réus; ao autor a demonstração consular dos documentos estrangeiros juntados aos autos; a intimação da empresa perita para prestar contas das despesas mencionadas nas pp. 10.326/10.328 e para esclarecer divergências; aos réus a exibição de documentos (pp. 10.464/10.466).

Os réus fizeram referência aos documentos que instruíram agravo de instrumento (p. 10.473/10.491).

A empresa perita prestou os esclarecimentos solicitados (pp. 10.492/10.494).

Os réus fizeram referência à exibição dos documentos que lhes foram solicitados (pp. 10.500/10.502) e interpuseram recurso de agravo retido em face da decisão acerca dos documentos estrangeiros apresentados pelo autor (pp. 10.503/10.523). Solicitaram a exibição de documentos para visualização no Google Drive (pp. 10.524/10.529) e informações acerca dos valores depositados em juízo (pp. 10.532/10.534). Requereram informações sobre se César Augusto Inocente Bernel é brasileiro (p. 10.535).

A empresa perita prestou as contas solicitadas (pp.10.543/10.634).

Foi determinada e expedição de alvará judicial em favor da empresa perita, no valor de R$750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais) e a comunicação aos juízos federais fiscal e criminal do Espírito Santo; determinou-se ao Cartório prestar as informações solicitadas pelos réus acerca dos valores depositados em conta judicial; indeferiu-se o pedido de consulta acerca da nacionalidade de César Augusto Inocente Bernel (pp. 10.635/10.636).

O autor requereu renovação de bloqueio via BacenJud em nome do réu Carlos Roberto Costa; a expedição de ofício ao Banco Itaú para encaminhar extratos bancários de todas as contas em nome de Carlos Roberto Costa referentes ao período de 31/12/12 até 18/06/13; a determinação de bloqueio do OUROCAP ESTILO PREMIO em nome de Carlos Roberto Costa; bloqueio de R$125.420,38, em nome da esposa de Carlos Roberto Costa; bloqueio via BacenJud no valor de R$1.500.000,00, em nome de Letícia Costa; expedição de ofício aos Cartórios de Imóveis de Vila Velha para bloqueio de imóveis de Carlos Roberto Costa; bloqueio de veículo Kia Soulex, via RenaJud, em nome de Letícia Costa; expedição de ofícios às Juntas Comerciais para indisponibilidade das cotas de participação societária dos

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Nogueira, e é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000005003 88 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

réus; e a juntada das declarações de imposto de renda prestadas pelos réus em 2014, através de pesquisa junto ao InfoJud (pp. 10.638/10.645). Todos estes pleitos foram acolhidos na decisão de p. 10.646, foram expedidos ofícios e realizadas as pesquisas determinadas (pp. 10.648/10.750).

Foi expedido alvará judicial em favor da empresa perita (p. 10.766).

Expedientes respondidos ao longo da marcha processual estão colacionados nas pp. 10.770, 10.772/10.773, 10.775, 10.777/10.788, 10.793, 10.846/10.853, 10.854, 10.899/10.913, 10.914, 10.917/10.950, 10.952/10.956, 10.958, 11.109/11.114, 11.142/11.146, 11.151, 11.152/11.153, 11.167/11.172, 11.215, 11.219, 11.416/11.417, 11.418, 11.421, 11.422/11.440, 11.441/13.147, 13.149, 13.176, 13.177/15.009, 15.342/15.343, 15.344, 15.346, 15.347/15.348, 15.349, 15.350/15.353, 15.354, 15.356, 15.374/15.375, 15.376, 15.377, 15.378/15.379, 15.380, 15.381, 15.412/15.413, 15.414/15.415, 15.416, 15.417, 15.418/15.420, 16.125.

Os réus opuseram embargos de declaração em face da decisão de pp. 10.646, acerca da consulta sobre a nacionalidade do tradutor juramentado (pp. 10.814/10.840).

O autor manifestou-se acerca da nacionalidade do tradutor juramentado (pp. 10.856/10.859).

Os réus comunicaram a interposição de recurso de agravo de instrumento em face da decisão que determinou indisponibilidade de bens de propriedade de parentes do réu Carlos Roberto Costa (pp. 10.861/10.873). Solicitaram liberação de valores para pagamento de honorários de perito nomeado em ação judicial em trâmite na 6ª Vara Federal do Distrito Federal (pp. 10.874/10.876).

Foi mantida a decisão desafiada por recurso de agravo retido interposto pelos réus; foram reputadas corretas as contas prestadas pela empresa perita; determinou-se o desentranhamento dos documentos de pp. 9.951/9.998, em razão de não haver sido demonstrada a regularização consular dos mesmos; reputaram-se prejudicados os embargos de declaração opostos em face da decisão acerca da juntada dos mencionados documentos; foram indeferidos os pedidos de pp. 10.805/10.812 e 10.874/10.876 (pp. 10.886/10.887).

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por WANDERLEY FRANCISCO DE OLIVEIRA JUNIOR - 111.072.200.000.950.038 e é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11.107.220.000.950.038 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e código 16PEAE.

O conteúdo do HD externo apresentado pelos réus foi disponibilizado através do Google Drive (p. 10.893).

O agravo de instrumento interposto pelos réus em face da decisão sobre os honorários de seu assistente técnico foi convertido em agravo retido (pp. 10.990/11.026).

Os réus opuseram embargos de declaração em face da decisão que considerou prejudicado embargos de declaração opostos em razão da decisão sobre a juntada de documentos estrangeiros aos autos (pp. 11035/11.039).

A empresa perita solicitou prorrogação do prazo para apresentação do laudo pericial em cento e vinte dias (pp. 11.040/11.065).

WR Comercial de Veículos Ltda. ME solicitou a liberação do veículo KIA SOUL (pp. 11.066/11.078).

O autor manifestou-se pelo improvimento dos embargos declaração opostos pelos réus (pp. 11.082/11.085), concordou com o pedido de dilação do prazo para finalização da perícia e requereu a juntada de documentos, inclusive em CD (pp. 11.086/11.103).

Os embargos de declaração opostos pelos réus foram improvidos e o prazo para conclusão da perícia foi estendido por mais cento e vinte dias (pp. 11.115/11.116).

A empresa perita informou o valor dos honorários periciais e requereu nova senha de acesso aos autos (pp. 11.125/11.128). Solicitou informações bancárias sobre os réus (pp. 11.137/11.138), as quais foram deferidas (p. 11.139).

Foi comunicada decisão que negou seguimento ao agravo de instrumento interposto pelos réus em face da decisão que ordenou indisponibilidade de bens de parentes do réu Carlos Roberto Costa (pp. 11.154/11.166).

Os réus interpuseram recurso de agravo retido em face da decisão de pp. 10.886/10.887 (pp. 11.173/11.177). Comunicaram o agendamento de leilões em ações individuais (pp. 11.181/11.183).

A empresa perita informou sobre incorrência de honorários periciais (pp.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUILHERME FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 16061EAE.

11.209/11.210).

O autor manifestou-se pela liberação de veículo de propriedade de terceiro de boa-fé e a substituição do mesmo através do bloqueio do veículo MITSUBISHI (pp. 11.212/11.214), o que foi deferido na decisão de p. 11.220 e implementado (pp. 11.266/11.267) .

Os réus informaram sobre a tramitação de ações individuais (pp. 11.223/11.260).

A empresa perita informou sobre incorrência de honorários periciais (pp. 11.273/11.275) e solicitou a disponibilização de documentos (pp. 11.276/11.277).

Os réus opuseram-se à liberação à empresa perita de qualquer valor superior a R$1.750.000,00 (um milhão, setecentos e cinquenta mil reais) (p. 11.284).

O autor solicitou que sejam informados aos juízos onde são processadas as ações individuais a respeito da indisponibilidade do patrimônio dos réus (p. 11.374) e apresentou contrarrazões ao recurso de agravo retido interposto pelos réus (pp. 11.375/11.385).

Os réus voltaram a comunicar acerca do processamento de ações individuais (pp. 11.386/11.393).

A empresa perita requereu novos honorários no valor de R$2.248.208,00 (dois milhões, duzentos e quarenta e oito mil, duzentos e oito reais) (pp. 11.406/11.410) e apresentou o laudo pericial (pp. 15.010/15.229), instruído com HD externo (p. 15.230).

Foram mantidas as decisões de pp. 10.635/10.636 e 10.886/10.887, objeto de agravo retido interposto pelos réus. Foi acolhido o incremento de R$2.248.208,00 (dois milhões, duzentos e quarenta e oito mil, duzentos e oito reais) aos honorários periciais, determinando-se a comunicação aos juízos federais fiscal e criminal. Determinou-se a intimação das partes para manifestação acerca do laudo pericial (pp. 15.231/15.232).

Foi expedido alvará judicial em favor da empresa perita (p. 15.335).

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Rafaela de Fátima Carvalho Lopes, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE – 11107220000005003388-GUATHER ERGANDA MARTINS JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812516-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

O autor requereu que seja afastado o sigilo processual do laudo pericial e o compartilhamento de provas com a Justiça Federal, Polícia Federal e Receita Federal (pp. 15.359/15.361). Solicitou a retificação do valor da causa junto ao SAJ (pp. 15.362/15.364).

Os réus insurgiram-se contra a liberação à empresa perita de valores superiores a R$1.750.000,00 (um milhão, setecentos e cinquenta mil reais) (pp. 15.365/15.366).

Autorizou-se a renovação das senhas anteriormente concedidas para compartilhamento de provas; determinou-se a intimação dos réus para manifestação sobre pedido de afastamento do sigilo sobre o laudo pericial; ordenou-se a retificação do valor da causa junto ao SAJ; apontou-se que o ônus do pagamento dos honorários periciais recai sobre os réus (p. 15.367).

Os réus solicitaram a manutenção do sigilo processual sob o laudo pericial (p. 15.404).

Houve decisão afastando o sigilo processual sobre o laudo pericial, excluindo seus anexos e impedindo publicidade a trechos e informações alusivas à informações oriundas de quebra de sigilo bancário e fiscal ou dados pessoais de divulgadores (pp. 15.409/15.410).

O assistente técnico do réu solicitou liberação de R$250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) em seu favor, a título de honorários (p. 15.430).

Os réus solicitaram esclarecimentos à empresa perita acerca do laudo pericial (pp. 15.431/15.896) e apresentaram mídia eletrônica que instruiu parecer do assistente técnico (pp. 15.898/15.908).

O autor também postulou esclarecimentos sobre o laudo pericial e apresentou manifestação de seus assistentes técnicos (pp. 15.911/15.956).

O assistente técnico dos réus apresentou requerimento acerca de seus honorários (pp. 15.957/15.961), o que também foi postulado pelos réus (pp. 15.962/15.967, 15.968/15.973).

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Hélio Carvalho Neto, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000095000388 e CUTHIBERGA FERREIRA FONTENELE MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEAE.

A empresa perita informou impossibilidade de levantamento do alvará judicial expedido em seu favor (pp. 16.036/16.037).

Os honorários do assistente técnico do réu foram arbitrados em R$500.000,00 (quinhentos mil reais), condicionando-se a liberação do referido montante à prévia liberação por parte dos juízos federais fiscal e criminal do Espírito Santo. Determinou-se a expedição de novo alvará judicial em favor da empresa perita e a juntada aos autos de informações acerca dos depósitos judiciais. Concedeu-se à empresa perita o prazo de trinta dias para prestar os esclarecimentos solicitados pelas partes (pp. 16.040/16.042).

Foram juntados documentos alusivos aos depósitos judiciais (pp. 16.047/16.110, 16.116).

Foi expedido novo alvará judicial em favor da empresa perita (p. 16.122).

Os réus solicitaram informações sobre os depósitos judiciais (pp. 16.233/16.237) e opuseram embargos de declaração em face da decisão que arbitrou os honorários de seu assistente técnico (pp. 16.238/16.242). Noticiaram a realização de leilão em ação individual (pp. 16.244/16.245).

A empresa perita solicitou informações acerca dos esclarecimentos a serem prestados (pp. 16.243/16.255).

O autor manifestou-se acerca de leilão agendado em ações individuais (pp. 16.274/16.277).

A empresa perita pediu para excluir os dados pessoais dos técnicos responsáveis pela elaboração do laudo pericial da decisão que autorizou o afastamento do sigilo processual do referido documento (pp. 16.278/16.279).

Determinou-se ao Cartório prestar as informações solicitadas pelos réus acerca dos depósitos judiciais. Negou-se provimento aos embargos de declaração opostos pelos réus. Indeferiu-se o pedido de pp. 12.244/12.245. Determinou-se às partes a apresentação das informações solicitadas pela empresa perita. Foi indeferido o pedido de pp. 16.278/16.279 (pp. 16.280/16.281).

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vanessa de Freitas Oliveira Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038 e GUTHIERRE FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 16061E.

A empresa perita apresentou os esclarecimentos solicitados pelas partes (pp. 16.327/16.606).

Os réus solicitaram a juntada de documentos para demonstrar sua tese acerca das transferências dentro da rede (pp. 16.686/17.569). Manifestaram-se acerca do laudo pericial e pleitearam a produção de outras provas em audiência de instrução e julgamento (pp. 17.570/17.592). Solicitou a dobra do prazo para manifestação sobre o laudo pericial e insistiu na dilação probatória (pp. 17.593/17.599).

O autor reiterou os termos do parecer de seus assistentes técnicos e postulou a homologação do laudo pericial e laudo complementar (pp. 17.602/17.604).

O assistente técnico do réu comunicou a interposição de recurso de agravo de instrumento em face da decisão que arbitrou seus honorários (pp. 17.605/17.625). De igual modo procederam os réus (pp. 17.626/17.647).

Os réus solicitaram a liberação de valores para pagamento ao Hotel Design Tijuca (pp. 17.648/17.658).

Estendeu-se o prazo para as partes se manifestarem sobre os esclarecimentos da empresa perita ao laudo pericial (pp. 17.660/17.661).

Os réus repetiram o pedido de majoração do prazo para manifestação sobre esclarecimentos da empresa perita acerca do laudo pericial (pp. 17.678/17.684).

O autor manifestou-se pelo indeferimento do pedido de pp. 17.648/17.658 e reiterou o pedido de homologação dos laudos pericial e complementar (pp. 17.685/17.688).

Os réus solicitaram a juntada de documentos (pp. 17.689/18.773).

O Banco do Brasil prestou esclarecimentos sobre os depósitos judiciais (pp. 18.788/18.803). A Caixa Econômica Federal questionou sobre a possibilidade de prestar informações acerca dos depósitos judiciais diretamente às partes ou seus advogados (pp. 18.814) e também prestou informações sobre os depósitos judiciais (pp. 18.815/18.818).

Os réus manifestaram-se sobre o laudo complementar apresentado pela

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélanio Carvalho Lais, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000095003380 e GUTHIERRE FRANDEMARCAES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

empresa perita, requerendo a juntada de manifestação de seu assistente técnico e de mídia digital. Solicitou que seja considerado imprestável o laudo pericial e seu complemento, acolhendo-se integralmente as razões da impugnação de seu assistente técnico ou, alternativamente, que seja realizada nova perícia, substituindo-se a perita Ernest & Yong. Solicitaram o agendamento de audiência de instrução e julgamento (pp. 18.854/19.873).

Os réus manifestaram-se sobre pedido de habilitação de crédito formulado por Rodrigo Santana Leite da Silveira (PP. 19.874/19.892).

Houve indeferimento do pedido de produção de prova oral e encerrou-se a instrução processual, remetendo-se as partes às alegações finais, com o registro de que a tese de suspeição da empresa perita será analisada nos autos do respectivo incidente (pp. 19.894/19.895).

Os réus prestaram esclarecimentos sobre pedido de liberação de valores para pagamento do Hotel Desing Tijuca (pp. 19.939/20.027) e interpuseram recurso de agravo retido em face da decisão que indeferiu a dilação probatória (pp. 20.031/20.039). Solicitaram outras informações acerca dos depósitos judiciais (pp. 20.040/20.041).

O juízo da 2ª Vara Federal de Execução Fiscal de Vitória/ES não vislumbrou óbice à liberação de valores para pagamento de assistente técnico dos réus (pp. 20.112/20.113).

Determinou-se ao autor a apresentação da decisão que reputou inidônea a caução oferecida pelos réus para liberação de valores em favor do Hotel Desing Tijuca. Determinou-se a solicitação de informações ao Banco do Brasil e à Caixa Econômica Federal a respeito dos depósitos judiciais (pp. 20.116/20.117).

O autor requereu a juntada da decisão que considerou inidônea a garantia apresentada pelos réus para liberação de valores ao Hotel Desing Tijuca e solicitou o indeferimento do referido pedido (pp. 20.121/20.138).

Os réus apresentaram alegações finais requerendo a designação de audiência de instrução e julgamento, o reconhecimento da incompetência do juízo, da ilegitimidade ativa

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000005003 e CLAUDIA BERGAMASCHI FONTANA MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

do autor e da inépcia da petição inicial. Requereram o reconhecimento da suspeição da empresa perita, assentando-se a decisão nos termos do parecer pericial contábil de seu assistente técnico ou determinando-se a realização de nova perícia. Pugnaram para que ao final sejam julgados absolutamente improcedentes os pedidos formulados na presente ação e, na hipótese de procedência, que seja reconhecida a ausência de jurisdição deste juízo para julgar o feito com alcance e repercussão nacional; que os danos morais coletivos sejam arbitrados em R$15.000,00 (quinze mil reais); que na hipótese de devolução de valores aos divulgadores sejam descontadas as quantias já adiantadas a qualquer título, seus custos administrativos e os valores dos voips devidamente entregues. Solicitaram, também, a condenação do autor ao pagamento das verbas de sucumbência e nas penas cominadas aos litigantes de má-fé (pp. 20.139/20.306).

O assistente técnico do réu requereu a liberação do valor arbitrado a título de honorários (pp. 20.307/20.322).

O autor apresentou contrarrazões ao recurso de agravo retido interposto pelos réus em face da decisão que indeferiu a produção de prova oral (pp. 20.356/20.363). Apresentou alegações finais, solicitando a procedência de todos os pedidos formulados, fixando-se no valor máximo o dano moral, permanecendo o remanescente de bens e valores destinados à devolução, primeiramente aos que investiram nos três meses que antecederam à decisão liminar, nada havendo que ser devolvido aos que já haviam recuperado o investimento (pp. 20.366/20.405).

Os réus manifestaram-se pela impossibilidade de indenização por danos morais coletivos e solicitou a juntada de documentos novos (pp. 20.406/20.489). Solicitaram a juntada de documentos (pp. 20.572/20.589).

O Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal prestaram esclarecimentos a respeito dos depósitos judiciais (pp. 20.616/20.633 e 20.634/20.639).

2) FUNDAMENTAÇÃO E DECISÃO

2.1) CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000005003388-GUATHER FRANDEMARCAES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

O feito versa sobre ação civil pública ajuizada pelo Ministério Público Estadual na condição de substituto processual, em desfavor da pessoa jurídica Ympactus Comercial Ltda. e todos os seus sócios.

Em decisão saneadora foi excluída do pólo passivo a ré Livia Mara Campista Wanzeler, já havendo sido anotada a exclusão no SAJ.

O autor formulou os seguintes pedidos:

a) a confirmação da decisão liminar concedida nos autos da Ação Cautelar Preparatória nº 0005669-76.2013.8.01.0001, mantendo-se a indisponibilidade dos bens e valores de todos os réus, bem como a vedação de novos cadastros e suspensão de pagamento aos cadastros já existentes;

b) a dissolução da pessoa jurídica ré;

c) a declaração de nulidade dos negócios jurídicos celebrados entre a empresa ré e todos os consumidores/investidores/divulgadores, em razão da ilicitude do objeto e da simulação;

d) a condenação da empresa ré ao ressarcimento dos danos materiais causados aos consumidores/investidores e, uma vez havendo saldo residual, a indenização pelas bonificações prometidas;

e) a condenação da empresa ré ao pagamento de danos extrapatrimoniais coletivos, no valor mínimo de R$8.000.000,00 (oito milhões de reais);

f) a desconsideração da personalidade jurídica da empresa ré, responsabilizando-se subsidiariamente todos os seus sócios;

g) a condenação da empresa ré à obrigação de fazer, consistente em não firmar novos contratos com os consumidores/investidores/divulgadores, sob pena de multa de R$100.000,00 (cem mil reais) por cada novo contrato firmado;

h) a condenação dos réus pessoas físicas à obrigação de não fazer, consistente em não atrair e contratar, qualquer *back office* ou similar, por meio da empresa

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por WANESSA DE FRÁLENO CARVALHO, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELLE ARRAES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.

requerida ou de qualquer outra, sob pena de multa de R$100.000,00 (cem mil reais) por cada novo contrato firmado;

i) inversão do ônus da prova.

Em defesa, os réus suscitaram preliminares de incompetência absoluta do juízo para apreciar e julgar questões de alcance e impactos nacionais (ofensa ao art. 16 da Lei nº 7.347/85); ilegitimidade passiva *ad causam* do Ministério Público Estadual; inépcia da petição inicial, em razão da impossibilidade de cominação de condenação em dinheiro e obrigação de fazer e não fazer; e impossibilidade jurídica do pedido de condenação cumulativo (obrigação de fazer e não fazer e danos morais na ação civil pública).

Todas as teses preliminares foram objeto de apreciação em decisão saneadora, havendo sido rechaçadas. Desde então não ocorreu qualquer alteração fática capaz de ensejar a modificação do que já restou decido, tornando desnecessária nova análise de todas as preliminares reiteradas pelos réus em alegações finais.

Também restou decido que os negócios jurídicos firmados entre a empresa ré e os divulgadores, em essência, não se referem a relações de consumo, afastando-se por esse motivo a incidência das regras do Código de Defesa do Consumidor, inclusive a que possibilita a inversão do ônus da prova. Por conseguinte, manteve-se a regra ordinária de distribuição probatória, prevista no art. 333 do CPC.

Registre-se, por oportuno, que são aplicáveis ao caso em exame as regras expressas no Título III, do Código de Defesa do Consumidor, já que o feito se refere a ação coletiva, à qual são aplicáveis tais determinações, independente de versar ou não sobre relações consumeristas (art. 21 da Lei nº 7.347/85).

No curso da ação foram produzidas provas documentais e pericial. Não obstante, os réus pugnaram pela oitiva de testemunhas e esclarecimentos dos peritos em audiência, o que restou indeferido, declarando-se encerrada a instrução processual.

Referida decisão foi objeto de agravo retido interposto pelos réus, os quais alegaram em suas razões o cerceamento ao seu direito de defesa, pois em audiência de

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

instrução demonstrariam a inexistência de pirâmide financeira, a viabilidade econômica de seu negócio e a efetiva existência e entrega de produtos, tornando nula eventual sentença que venha a julgar antecipadamente a lide.

O autor apresentou contrarrazões ao recurso de agravo retido, defendendo a manutenção da decisão.

Não obstante o conteúdo das referidas razões recursais, mantenho integralmente a decisão, reiterando a absoluta desnecessidade de dilação probatória, uma vez que os documentos apresentados por ambas as partes e a prova pericial realizada já são suficientes à elucidação dos pontos controvertidos da ação.

Admito que o direito à prova é um direito fundamental decorrente do devido processo legal, do contraditório e da ampla defesa, estando ainda consagrado em dois Tratados Internacionais recepcionados pelo ordenamento pátrio (Convenção Americana de Direitos Humanos e Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos). Para seu efetivo exercício, não basta apenas se oportunizar às partes a produção da prova, devendo-se garantir também a participação em sua produção e o direito de se manifestar a respeito de seus resultados.

Porém, por vigorar no ordenamento pátrio o sistema de persuasão racional (art. 131 do CPC), torna-se o juiz o destinatário direto das provas produzidas no curso da ação, sendo-lhe dado indeferir a produção de provas inúteis (art. 130 do CPC), sendo exatamente esta a situação sob análise, em que os réus insistem em questionar os peritos em audiência e em produzir prova testemunhal, enquanto o juízo entende já suficientemente esclarecida a prova pericial e a insurgência dos réus quanto aos seus termos, assim como desnecessária a oitiva de testemunha, pois suficientemente esclarecidos os fatos controvertidos.

O indeferimento do pedido de dilação probatória não fere a garantia constitucional à produção da prova, tampouco enseja nulidade processual, eis que se funda no poder do juiz de impedir a realização de diligências inúteis, conforme se infere dos julgados a seguir transcritos:

PROCESSUAL CIVIL E ADMINISTRATIVO. VIOLAÇÃO DO ART. 535

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fábio Nogueira Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000005003388 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812216-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

DO CPC. INEXISTÊNCIA. OCUPAÇÃO IRREGULAR. DEMOLIÇÃO. DILAÇÃO PROBATÓRIA. CERCEAMENTO DE DEFESA E ANÁLISE DE PROVAS. REVOLVIMENTO DE FATOS E PROVAS. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA 7/STJ.

1. Não há a alegada violação do art. 535 do CPC, pois a prestação jurisdicional foi dada na medida da pretensão deduzida, como se depreende da leitura do acórdão recorrido, que enfrentou, motivadamente, os temas abordados no recurso de apelação, ora tidos por omitidos, quais sejam: se houve ofensa aos artigos 330 e 332 do CPC em razão do indeferimento da produção de provas testemunhal e pericial.

2. **O Superior Tribunal de Justiça tem entendimento firmado no sentido de que não há cerceamento de defesa quando o julgador considera desnecessária a produção de prova, mediante a existência nos autos de elementos suficientes para a formação de seu convencimento**. Ademais, aferir eventual necessidade de produção de prova demanda o revolvimento do conjunto fático-probatório dos autos, o que é vedado em recurso especial, dado o óbice Da Súmula 7 do STJ.

3. **No sistema de persuasão racional adotado pelos arts. 130 e 131 do CPC, cabe ao magistrado determinar a conveniência e a necessidade da produção probatória, mormente quando, por outros meios, já esteja persuadido acerca da verdade dos fatos**.

4. O Tribunal a quo analisou os elementos fáticos para concluir que a verba honorária foi estimada com equilíbrio, situação que impede a revisão no Superior Tribunal de Justiça, em razão do óbice previsto na Súmula 7/STJ.

Agravo regimental improvido. (AgRg no AREsp 573926 / DF AGRAVO REGIMENTAL NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL 2014/0201116-8, Relator(a): Ministro HUMBERTO MARTINS (1130), Órgão Julgador: T2 - SEGUNDA TURMA, Data do Julgamento: 11/11/2014).

AGRAVO REGIMENTAL - AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL - OFENSA AO ART. 535 DO CPC - INEXISTÊNCIA - CERCEAMENTO DE DEFESA PELO INDEFERIMENTO DA PRODUÇÃO DE PROVAS - REEXAME DO CONJUNTO FÁTICO-PROBATÓRIO - IMPOSSIBILIDADE - SÚMULA 7/STJ - DECISÃO AGRAVADA MANTIDA - IMPROVIMENTO.

1.- A jurisprudência desta Casa é pacífica ao proclamar que, se os fundamentos adotados bastam para justificar o concluído na decisão, o julgador não está obrigado a rebater, um a um, os argumentos utilizados pela parte.

2.- **Com relação à alegação de cerceamento de defesa pelo indeferimento da prova requerida hão de ser levados em consideração os princípios da livre admissibilidade da prova e do livre convencimento do juiz que, nos termos do artigo 130 do Código de Processo Civil, permitem ao julgador determinar as provas que entender necessárias à instrução do processo, bem como o indeferimento das que considerar inúteis ou protelatórias.** Incidência da Súmula 07/STJ.

3.- Agravo Regimental a que se nega provimento. (AgRg no AREsp 524190 / MG AGRAVO REGIMENTAL NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL 2014/0129119-9, Relator(a): Ministro SIDNEI BENETI (1137), Órgão Julgador: T3 - TERCEIRA TURMA, Data do Julgamento19/08/2014).

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaciv2rb Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por FRANCISCO FABIANO CARVALHO ALVES e CLAUDIO HENRIQUE FRANDE MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812316-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Assim, estando o feito saneado e devidamente instruído, passa-se à análise do mérito.

Antes, ainda, sublinhe-se que a presente ação coletiva foi precedida de ação cautelar preparatória incidental, que tramita neste juízo sob o nº 0005669-76.2013.8.01.0001, estando atualmente em grau de recurso perante o Tribunal de Justiça do Acre. Na referida ação foi proferia sentença confirmando-se integralmente o teor de decisão liminar concedida *in initio litis,* a qual proibiu a empresa ré de admitir novos "partners" ou divulgadores; de receber Fundo de Caução Retornável e Custos de Reserva de Posição; de comercializar os kits AdCentral e AdCentral Family; de efetivar pagamentos de comissões, bonificações ou qualquer outra vantagem aos "partners" e divulgadores. Além disso, houve desconsideração da personalidade jurídica da empresa ré, determinando-se a indisponibilidade de todos os bens e valores de propriedade da mesma e de seus sócios administradores (Carlos Roberto Costa e Carlos Nataniel Wanzeler).

2.2) VÍCIOS NOS NEGÓCIOS JURÍDICOS FIRMADOS ENTRE OS DIVULGADORES E A YMPACTUS.

O principal pedido formulado pelo autor é para que sejam declarados nulos os negócios jurídicos celebrados entre os divulgadores e a empresa ré, em razão da ilicitude do objeto e da simulação. Como corolário deste pedido, o autor pleitea reparação de danos individuais e coletivos, a dissolução da pessoa jurídica, dentre outros requerimentos.

Como fundamento das teses de que o objeto dos contratos firmados entre divulgadores e Telexfree era ilícito e de que tais contratos eram simulados, o autor sustenta que a atividade negocial realizada pela empresa ré configura uma pirâmide financeira, mascarada sob a roupagem de venda direta através de marketing multinível.

Assim, para análise das referidas teses, é imprescindível avaliar-se o objeto e a dinâmica de tais contratos, a fim de aferir se representam uma forma de venda direta através de marketing multinível, ou se realmente caracterizam uma pirâmide financeira. Antes, porém, deve-se estabelecer o conceito de cada um e a diferença entre ambos.

2.2.1) MARKETING MULTINÍVEL X PIRÂMIDE FINANCEIRA

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fabienio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDDE – 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI ANJOS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

O marketing multinível ou marketing de rede tem a seguinte definição:

> "Marketing de rede é um sistema de distribuição de mercadorias e serviços por meio de redes compostas de milhares de vendedores independentes, ou distribuidores. Os distribuidores ganham dinheiro vendendo mercadorias e serviços, mas também recrutando e patrocinando outros vendedores que passam a fazer parte de sua downline (linha descendente), ou organização de vendas. Os distribuidores ganham comissões ou bonificações mensais de acordo com a receita de vendas gerada por sua organização de vendas."[1]

Nota-se que o integrante da rede multinível pode ter ganhos financeiros decorrentes das vendas de produtos ou serviços que realiza, como também do recrutamento de outros vendedores, situação em que seus ganhos serão proporcionais às receitas geradas pelas vendas dos integrantes de sua rede.

Pirâmide financeira ou Esquema Ponzi tem o seguinte conceito:

> "Em um conceito básico, o sistema de pirâmide é um esquema de recrutamento de pessoas, gerando renda somente do recrutamento de novos membros e da cobrança de taxas, sem que nenhum produto ou serviço real seja movimentado.
> Portanto, a recompensa ocorre apenas com a adição de novos participantes e com os investimentos destes, e não com a revenda ou a distribuição de produtos ou serviços com função comercial legítima. Sem sustento comercial, o número de recrutas disponíveis é finito e, aritmeticamente, recrutas posteriores possuem menor chance de enriquecer do que os promotores do esquema.
> Conseqüentemente, este esquema tem vida curta, e os que por último ingressarem praticamente não possuem nenhuma chance de recuperar as suas taxas de inscrição ou de se beneficiarem com o esquema. Na falta de um produto real, tais esquemas tentam coagir as pessoas, garantindo serem empresas legítimas que operam um plano de Marketing de Rede"[2].

A diferença entre o marketing multinível e a pirâmide financeira, ou Esquema Ponzi, na lição de Ziglar, é a seguinte:

> "A diferença entre pirâmides e marketing de rede é: pirâmide tem uma estrutura semelhante ao marketing de rede mas um foco totalmente diferente. **A pirâmide recompensa os membros por recrutarem novos distribuidores, e em geral, negligenciam o marketing e a venda da mercadoria. Agora o marketing de rede é uma boa maneira de vender mercadorias ou serviços através de distribuidores, pois o distribuidor**

[1] ZIGLAR, Zig; HAYES, John P.. Trad. Ana Beatriz Rodrigues. Marketing de redes de distribuição-para Dummies. Rio de Janeiro: Campus, 2001, p. 2.
[2] Copyright 2004 – Liliana Alves Costa.
Liliana Alves Costa é Mestre em Administração de Empresas, professora universitária e consultora de empresas. Disponível em: (http://www.Igpromo.Com.Br/artigos14.Asp).

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Vaciseir de Fráhenio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDDE – 11107220000035003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI ANJOS.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

> **recebe comissões sobre vendas dos produtos e serviços vendidos, e pelo recrutamento de outros distribuidores.**"[3]

Resta aferir, então, em qual destes conceitos insere-se a atividade negocial da empresa ré, passando-se à análise dos termos contratuais.

2.2.2) TERMOS DA ATIVIDADE DESENVOLVIDA PELA YMPACTUS - REGULAMENTO GERAL DE CLIENTES E DIVULGADORES DE PRODUTOS

O documento de p. 113 mostra que a requerida Ympactus Comercial Ltda. é uma microempresa, com sede em Vitória − ES, cuja atividade econômica principal é "intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários" e a atividade secundária são "portarias, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet". O nome fantasia da sociedade empresária é Telexfree INC.

O autor afirmou que ao longo de suas atividades a empresa ré firmou diversos modelos de contratos com os divulgadores. O que vigia por ocasião da propositura da ação cautelar incidental era o Regulamento Geral de Clientes e Divulgadores de Produtos, sendo este então o objeto de análise mais detalhada.

Lê-se na cláusula 1.3.1 que o regulamento versa sobre "adesão a serviços de publicidade e comunicação".

A cláusula 2.1.1 explica que Telexfree é o nome fantasia da primeira ré, que "desenvolve atividades de divulgação, intermediação e agenciamento de negócios, desenvolvendo uma rede de divulgadores, oferecendo-lhes treinamento, material de apoio, controle, acompanhamento e suporte e, ainda, remunerando-os sob a estrutura lógica do marketing multinível binário por ordem da Telexfree INC, conforme contrato específico entre estas." A cláusula 2.1.2 menciona que a Telexfree INC (com sede nos Estados Unidos) "tem como atividade primária a telefonia VOIP".

A cláusula 2.2.1 estabelece que o usuário, mediante pagamento de uma "tarifação", pode aderir, o que lhe permitirá ser inserido na rede de marketing multinível

[3] Op. Cit. P. 25.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Fátima Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Telexfree por um ano. Nesta condição, denominar-se-á "partner" e poderá adquirir produtos com descontos exclusivos, oferecidos no sítio eletrônico, dentre os quais os principais são as contas de telefonia VOIP, denominadas 99Telexfree. A mesma cláusula preceitua que, quando o "partner" adquire as contas em forma de kits (ADCentral ou Family), passa a ser chamado divulgador e recebe um espaço no sítio eletrônico para divulgar os produtos/serviços que adquiriu, sendo-lhe disponibilizado treinamento. Estabelece, ao final, que pela promoção dos produtos/serviços, o divulgador receberá uma bonificação, na proporção direta de seus resultados.

A cláusula 2.2.2.1 detalha que o divulgador (aquele que adquiriu um kit de contas VOIP) pode postar anúncios, recebendo uma remuneração a cada ciclo de sete dias, se houver assiduidade ininterrupta.

A cláusula 2.4.1 enfatiza que o divulgador desenvolve trabalho autônomo e não possui vínculo empregatício com a empresa requerida, mencionando que a remuneração recebida pelos divulgadores "refere-se a comissões e agenciamentos efetuados segundo a metodologia do marketing multinível, sendo que os valores dependem exclusivamente do empenho individual e de seu grupo/rede/categoria em que está inserido".

Para ingressar no sistema, o interessado deverá fazê-lo por intermédio de indicação de outro divulgador, mediante pagamento de uma adesão que perdura por doze meses, podendo optar por nova adesão, ao final deste período, além de manter sua posição na rede multinível, mediante pagamento de 20% sobre os ganhos com anúncios ou com a rede, a título de Custo de Reserva de Posição, que não comporá a remuneração da rede, quer ascendente, quer descendente, no que diz respeito à bonificação (cláusulas 2.5.1, 2.5.2 e 2.5.2.2 e 2.5.2.3). O valor pago para a primeira adesão forma o Fundo de Caução Retornável, utilizado para remunerar a divulgação que o contratante receberá na medida em que atender aos requisitos específicos (cláusula 2.5.5)

Os pagamentos efetuados aos divulgadores são feitos em moeda nacional, mas as bases de cálculo são estabelecidas em dólares norte-americanos, por causa do contrato entre

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaciver de Fátima Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO FRANCISCO DA SILVA NETO - 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH LIMA DE CARVALHO. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

a primeira ré e a Telexfree (cláusula 4.2). Esta última pode reter dos valores a serem pagos impostos, contribuições sociais e despesas administrativas (cláusula 4.3).

As cláusulas 5.1 e 5.1.1 detalham que a adesão custa US$50,00 e garante, além da posição no sistema de marketing de rede por doze meses e do direito a adquirir kits de contas VOIP com descontos exclusivos, também o direito de vender as contas VOIP 99Telexfree, pelo preço de face, mediante comissão de 10% sobre o valor da venda. Para possibilitar a venda destes produtos, o divulgador recebe um espaço virtual denominado "back office", através do qual poderá postar anúncios já referidos na cláusula 2.2.2.1, mediante o recebimento de mais uma conta VOIP, a cada ciclo de sete dias (cláusula 5.2).

Quanto à aquisição de kits de contas VOIP pelo "partner", após sua adesão, as cláusulas 5.4 e 5.5 especificam que pode ocorrer no plano ADCentral (10 contas VOIP 99TElexfree ao preço de US$289,00) ou ADCentral Family (50 contas VOIP 99Telexfree ao preço de US$1.375,00). No primeiro caso, o divulgador terá uma central de anúncios ativa, devendo postar um anúncio por dia, mediante recebimento de uma conta 99Telexfree (cláusulas 5.4.1 e 5.4.2). No segundo caso, o divulgador terá cinco centrais de anúncios ativas, devendo postar um anúncio diário em cada uma delas, mediante recebimento de cinco contas 99Telexfree (cláusulas 5.5.1 e 5.5.2).

A cláusula 13.2 dispõe: "A Telexfree, por sua exclusiva análise, segundo critérios de conveniência e oportunidade, pode recomprar dos divulgadores contas 99Telexfree, não se garantindo, porém, o 'valor de face' do produto, negociando o valor em razão do volume, da demanda e/ou de seus estoques."

O divulgador também poderá tornar-se um Team Builder, quando estiver ativo na posição ADCentral Family e tiver dez ADCentral Family cadastrados diretamente por ele em seu site (cláusula 5.7). O Team Builder terá uma participação no rateio de 2% do faturamento líquido da empresa, desde que atenda às exigências da cláusula 5.9.2, (cláusula 5.7.1). Não consta no regulamento a cláusula 5.9.2, porém, a cláusula 5.7.2 define que, para obter o direito à participação do rateio do faturamento da empresa, nos moldes acima citados,

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO HENRIQUE – 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH QUINTANILHA TESSARI. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

o Team Builder deverá ter "vendido cinco contas VOIP 99Telexfree bem como cada um dos 10 divulgadores AdCentral Family de sua rede que formam o Team Builder."

O divulgador receberá US$20,00 ou US$100,00 por cada kit VOIP ADCentral ou Family que seu "partner" inferior adquirir, respectivamente, mas para tanto deverá ter pelo menos um cliente 99Telexfree ativo (cláusula 5.8).

O divulgador também poderá ter ganhos binários diretos e indiretos e auferir 2% da rede do primeiro ao sexto nível, desde que cadastre novos divulgadores, um na esquerda e outro na direita de sua rede de marketing, também sob a condição de que ao menos um cliente tenha um plano 99Telexfree ativo (cláusula 6.1). O ganho será de US$20,00 por cada dupla, com limite diário de US$440,00. Se a nova dupla for de ADCentral Family, serão pagos os mesmos US$20,00 pelas AdCentral principais e mais US$60,00 por três das quatro ADCentral adicionais, ficando a quarta de sobra para formação de futuros ciclos (cláusula 6.1.2).

Como dito, a cláusula 5.1.1 estabelece que o divulgador poderá vender contas VOIP 99 Telexfree, pelo preço de face, mediante comissão de 10% sobre o valor da venda. A cláusula 7.1 dispõe que o divulgador receberá 2% sobre o valor das vendas de contas 99Telexfree que os divulgadores de sua rede, diretos e indiretos, até o 5º nível, efetuarem. As cláusulas 9.1.2 e 9.1.2.1 detalham a cláusula 7.1.

Em relação às contas VOIP adquiridas pelo divulgador em kits, as cláusulas 5.4.5 e 5.5.5, mencionam o direito à venda pelo preço de face sem gerar, contudo, comissão, quer em linha ascendente quer em linha descendente.

O regulamento garante ao divulgador, ainda, o recebimento de royalties de 1% do faturamento da empresa, desde que feche vinte e dois ciclos, em vinte dias, dentro de um mês (cláusula 8.1).

2.2.3) SÍNTESE EXTRAÍDA DO REGULAMENTO GERAL DE CLIENTES E DIVULGADORES DE PRODUTOS E ANÁLISE SUMÁRIA DOS

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO – 11107220000095003380 e CLAUDIA BERGAMASCO ANDRADE MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812316-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

TERMOS E DA DINÂMICA CONTRATUAL

O estudo do regulamento geral das atividades da primeira requerida leva à conclusão que o interessado pode aderir à rede de marketing multinível por doze meses, mediante o pagamento de US$50,00, assumindo a condição de "partner", o que lhe permite adquirir produtos no site da empresa com descontos exclusivos e vender contas 99Telexfree mediante comissão de 10%.

O principal produto oferecido é a conta VOIP 99Telexfree e, caso o "partner" adquira um kit com no mínimo dez destas contas, será considerado divulgador, situação em que lhe abrem mais quatro possibilidades: 1) publicar anúncios diários, por sete dias, mediante recebimento de outras contas VOIP (a quantidade de anúncios a serem publicados e de contas a serem recebidas varia conforme o plano ao qual o divulgador aderiu); 2) revender as contas que adquiriu pelo preço de face, sendo seu todo o proveito da venda; 3) vender outras contas VOIP, também pelo preço de face, mediante recebimento de comissões decorrentes de suas próprias vendas e das vendas, a mesmo título, realizadas por integrantes da rede por ele indicados, até o quinto nível; 4) cadastrar novas pessoas na rede, recebendo por cada cadastro conforme o plano escolhido pelo cadastrado (ADCentral ou ADCentral Family), obtendo ganhos por cada dupla de novos divulgadores que formar à direita e à esquerda da rede (ganhos binários), recebendo royalties e recebendo bonificações se alçar a posição de Team Builder.

A análise dos termos contratuais e da dinâmica empreendida entre a Telexfree e seus divulgadores, efetivada sob juízo de cognição sumária por ocasião da sentença proferida na ação cautelar incidental em apenso, concluiu pela presença de indícios de que a grande atração do negócio é o cadastramento de novos membros à rede e não a comercialização das contas 99 Telexfree, o que o tornaria insustentável. Vejam-se os fundamentos de tal conclusão, através da transcrição dos itens 2.5.8 até 2.513 da referida sentença:

> **"2.5.8) APARENTE NATUREZA DA ATIVIDADE NEGOCIAL DA EMPRESA REQUERIDA**
>
> Partindo-se da definição do marketing multinível e da "pirâmide financeira", nesta análise sumária dos fatos postos a apreciação,

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélanio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO – 11107220000095003380 e CLAUDIA BERGAMASCHI FRANDEMARCHI. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

verificam-se realmente indícios de que as atividades desenvolvidas pela primeira requerida aproximam-se muito mais desta última do que daquela forma de venda direta.

2.5.9) VENDA E REVENDA DE CONTAS VOIP 99 TELEXFREE

O primeiro ponto a ser destacado após a assertiva acima é que, ao contrário do que ocorre no marketing de rede, em que o revendedor foca sua atuação na revenda dos produtos ou serviços e no recrutamento de pessoas também aptas a aumentar o volume de vendas, auferindo ganhos proporcionais a todas estas vendas (suas próprias e dos revendedores que recrutou), o divulgador da Telexfree tem na venda e revenda de contas VOIP 99 Telexfree fontes secundárias de receitas.

Isto porque, conforme visto no regulamento geral colacionado aos autos, que rege a relação entre os "partner", divulgadores e a primeira requerida, a venda e revenda das referidas contas não são obrigatórias, tampouco são a maior fonte de rendimento do negócio.

O regulamento estabelece que o divulgador poderá vender contas VOIP Telexfree ao preço de face, mediante recebimento de comissão de 10% sobre o valor da venda. Também poderá revender suas próprias contas (adquiridas no kit), ao preço de face, auferindo todo o valor da revenda.

O regimento geral não informa, mas no site da Telexfree (http://www.telexfree.com/software/sobre) está noticiado que o preço de face do serviço citado é US$49,90, de modo que a venda de uma conta gera uma comissão de US$4,99. Outra opção do divulgador seria revender uma das contas que adquiriu no kit por ocasião de seu ingresso na rede. Se ingressou como ADCentral, pagou US$28,90 por cada conta, podendo revende-las por US$49,90, com lucro de US$21,00.

Ocorre, entretanto, que o simples cadastramento de mais um membro para a rede, no plano mais simples, garante ao divulgador direito ao recebimento de US$20,00, mesmo que o novo membro não venda uma conta sequer (o que não é obrigatório). A partir deste novo cadastramento e de outros que o divulgador efetuar, surgir-lhe-ão novas oportunidades de ganho (ganho binário, Team Builder, royalteis), condicionadas à existência de ao menos um cliente ativo.

Para o divulgador, entre revender uma única conta, ganhando cerca de US$21,00 e cadastrar o pretenso cliente como novo divulgador, recebendo US$1,00 a menos, mas com a perspectivas de ganhos futuros (ganho binário, Team Builder, royalteis), parece muito mais atrativa a segunda opção, fato que o leva a tentar convencer o pretenso cliente a não ser cliente, mas sim um divulgador.

Menor ainda parece ser o interesse na venda direta das contas VOIP, mediante recebimento de comissão de 10% sobre o valor de face do serviço, gerando bonificações aos membros da rede até o 5º nível. Isto porque, é bem mais lucrativa a revenda de contas adquiridas pelos divulgadores em kits, o que não representa nenhum incremento de receita para a empresa.

A Análise da Estratégia Empresarial de Marketing Multinível e Estudo do Caso Telexfree, da lavra de Edmison de Siqueira Varejão Neto, Francisco Costa e Ângelo Polydoro, conclui que um divulgador pode reaver o investimento feito por ocasião do ingresso na rede Telexfree apenas revendendo cerca de metade das contas VOIP que adquiriu.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUATHER FRANDEMARCIA SANTOS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEAE.

Porém, nessa análise sumária da questão, que ainda demanda dilação probatória a ser feita na ação principal, parece-me absolutamente inviável a idéia, já que tanto o divulgador ADCentral como o ADCentral Family pagam pela conta VOIP mais do que recebem em cada revenda (ADCentral paga US$28,90 e recebe US$21,00; ADCentral Family paga US$27,50 e recebe US$22,40).

Além disso, ao contrário do que está mencionado no referido estudo, não há previsão contratual de que o divulgador receberia comissão de mensalidades pelos meses subsequentes à venda. Por isso, não me parece possível que um divulgador possa ter ganhos superiores ao investimento feito apenas revendendo suas contas, o que é bem possível caso opte por cadastrar novos divulgadores sem vender uma conta sequer.

Tudo está a indicar, portanto, que os divulgadores têm no cadastramento de novos membros maior perspectiva de ganho em relação à venda e revenda dos produtos, tanto que, em depoimento ao Ministério Público, Shawke Lira Sandra, conhecido notoriamente por ter sido um dos primeiros a ingressar na rede Telexfree no Acre, afirmou: "Que no começo eu vendi cerca de 10 contas voip 99telexfree para pessoas que não eram divulgadores mas depois todos eles se tornaram divulgadores. Que não conheço nenhuma pessoa que tenha conta voip 99telexfree e que não seja divulgador."

As propagandas feitas por divulgadores da Telexfree em veículos e estabelecimentos comerciais, trazidas aos autos pelo Ministério Público, mas também vistas com fartura por toda a cidade de Rio Branco, denunciam que seria este mesmo o enfoque do negócio, pois não há nenhum texto voltado ao convencimento para a aquisição de contas VOIP, todos são no sentido de tentar angariar novos divulgadores, sob as promessas de recebimento de benefícios financeiros advindos da participação na rede ("cadastre-se aqui", "realize seus sonhos", "prepare-se para conhecer a melhor oportunidade de sua vida", "ganhe dinheiro postando anúncios na internet").

O regulamento condiciona o recebimento de alguns benefícios oriundos da rede à existência de ao menos um cliente com conta VOIP ativa (novo cadastro, ganho binário, Team Builder), sem discriminar se pode ser o próprio divulgador este cliente. Porém, as declarações de Shawke Lira Sandra levam a crer que sim, pois o mesmo diz desconhecer algum cliente das contas 99Telexfree que não seja também divulgador. Então, na prática, condicionar os benefícios à existência de conta ativa não significa fomentar a venda do serviço, pois o próprio divulgador (que já comprou seu kit de contas para entrar na rede) pode ser este "cliente ativo", sem precisar vender ou revender o serviço.

2.5.10) POSTAGEM DE ANÚNCIOS

Outro ponto a ser destacado diz respeito à postagem de anúncios diários, que geram direito ao recebimento de outras contas VOIP.

Vê-se também nesta atividade forte indício de simulação, destinada a referendar a tese de que a primeira requerida é empresa com objetivo de divulgar as atividades da Telexfree INC., pois, na prática, os anúncios publicados diariamente por milhares de revendedores têm tido pouquíssimo alcance publicitário, conforme bem mencionou o requerente: os divulgadores são obrigados a utilizar textos padrões, que são publicados repetidamente, apenas nos sites autorizados pela primeira requerida, muitos deles criados exclusivamente para este fim.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUATHER FRANDEMARCAES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEAE.

Se a intenção da primeira requerida fosse realmente divulgar os produtos e serviços de seus anunciantes, poderia fazê-lo por meios mais eficazes e menos onerosos, vez que, na prática, tem recomprado dos divulgadores (por mera liberalidade), as contas VOIP que dá em pagamento pelo serviço de publicidade, pagando US$20,00 por cada uma.

A primeira requerida tem à sua disposição milhares de divulgadores, dispostos a fazer propaganda das contas VOIP 99Telexfree, propõe-se a remunerar muito bem por estes serviços, mas limita a atuação dos divulgadores a tal ponto que, por certo, muitos deles próprios desconhecem o serviço que divulgam e pouquíssimos são os terceiros que se deparam com tais anúncios.

Outro enfoque acerca deste ponto é que, dar publicidade ao serviço não implica necessariamente na sua venda. Como dito, a rede de marketing multinível sustenta-se através dos recursos oriundos da venda dos produtos. No caso em exame, há no regulamento colacionado aos autos forte ênfase na divulgação do serviço VOIP 99Telexfree, mas não tanto em sua efetiva comercialização. Basta dizer que o regulamento é sobre a "adesão a serviços de publicidade e comunicação" (cláusula 1.3.1), sem referência a vendas.

Voltando aos números, já foi dito que vender uma conta VOIP pode gerar ao divulgador comissão de US$4,99, enquanto revender uma conta adquirida em kit ADCentral rende US$21,00. Neste mesmo plano, para postar os anúncios previamente elaborados pela primeira requerida, em sites previamente indicados por ela, ao trabalho de poucos cliques "ctrl c ctrl v", a primeira requerida tem pago (por mera liberalidade) US$20,00 por semana. Para ganhar um dólar a mais através da revenda de uma conta, o divulgador precisaria, primeiro, encontrar alguém que ainda não a tenha, depois explicar em que consiste, expor suas vantagens, benefícios, enfim, convencê-la de que é serviço bom e merece ser comprado.

Sabendo-se que um ano tem em torno de cinquenta e duas semanas, se o divulgador ADCentral cumprir assiduamente o compromisso de postagem diária de anúncios, receberia, ao final desse período, US$1.040,00. Para receber o mesmo valor através da revenda de suas contas, teria que revender quase cinquenta, em igual período, lembrando que no exemplo citado foram adquiridas apenas dez contas, no plano ADCentral. Parece que não vale a pena tanto trabalho por tão pouca diferença.

Ainda no mesmo exemplo, considerando que o divulgador ADCentral pagou US$339,00 para ingressar na rede (Fundo de Caução Retornável mais o kit com dez contas VOIPs), poderia reaver o investimento apenas postando os anúncios assiduamente por 119 dias, ou seja, quatro meses, enquanto revendendo suas contas ele simplesmente não reaveria o investimento.

Mais uma vez o próprio regulamento, que se propõe a fomentar o marketing multinível, estimula seu divulgador a realmente apenas divulgar (e mal divulgado) o serviço VOIP, em forte indício de que a venda (e também a divulgação) não é realmente seu foco.

Nas contestações os requeridos argumentam que a estratégia de publicidade é tão eficaz que elevou seu site na internet a um dos cinquenta mais visitados no país. Porém, não se pode perder de vista que os anúncios diários são feitos pelos divulgadores através dos *back offices,* os quais são acessados através do site na internet, levando-se a crer que grande parte dos acessos ao site é feita pelos próprios divulgadores, o que não

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fábio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO – 111072200000350038 e CLAUDIA BERGAMASCO LIRA ANDRADE – 111072200000350038.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812316-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEAE.

representa qualquer incremento na venda do serviço.

2.5.11) CADASTRAMENTOS À REDE TELEXFREE

As últimas fontes de receita do divulgador Telexfree são justamente os ganhos advindos do cadastramento de novos membros à rede.

Como já citado linhas atrás, o regulamento estabelece uma complexa gama de situações em que o divulgador pode receber benefícios financeiros a partir do momento em que passa a integrar a rede, todas relacionadas à inclusão de novos membros, a partir daquele divulgador.

Melhor explicando, o ganho pelo cadastramento, o ganho binário direto e indireto, os royalties e o Team Builder são mecanismos de ganho condicionados diretamente a novos cadastramentos, sem qualquer referência a vendas. Apenas os 2% de comissão que o divulgador recebe através das vendas que seus cadastrados realizarem é que têm alguma relação com a comercialização do serviço VOIP, ainda assim com toda a limitação de estímulos mencionada acima, que leva o divulgador a preferir realizar um novo cadastramento a uma venda.

Entre todas as opções de ganho do divulgador - venda, revenda, postagens de anúncios e benefícios da rede – estes últimos são sem dúvida os mais atrativos.

Já foi dito que cadastrar novos membros na rede é economicamente mais atrativo do que vender ou revender contas VOIP. Postar anúncios, embora seja mais fácil que realizar novo cadastramento, gera o pagamento de US$20,00, por mera liberalidade da primeira requerida já que, nos termos do regulamento, o pagamento é feito através de contas VOIP, as quais a empresa não está obrigada a recomprar. Cadastrar um novo membro, além do ganho imediato de US$20,00 ou US$100,00 (conforme o plano), ainda abre o leque de oportunidades de outros benefícios, altamente lucrativos (ganho binário, Team Builder, royalties).

Todos os benefícios oriundos da rede estão condicionados à existência de uma conta ativa. Sobre isto, já foi dito linhas acima que, na prática, o que parece ocorrer é que o próprio divulgador é quem mantém esta conta ativa, o que não garante qualquer incremento nas vendas do serviço, já que o divulgador já compra seu estoque de contas no momento em que ingressa na rede.

2.5.12) FONTES DE RECEITA DA EMPRESA REQUERIDA

A barreira tênue que separa a "pirâmide financeira" do marketing multinível, elevando a primeira à condição de ilícita e criminosa, está justamente no fato da insustentabilidade de rede alimentada por recursos finitos.

Tanto no marketing multinível como na "pirâmide financeira", é preciso que haja recursos para sustentar o pagamento das comissões e bonificações. No primeiro caso, os recursos advêm da venda dos produtos e os benefícios são condicionados e proporcionais a estas vendas. O fabricante produz o bem e o comercializa diretamente ao consumidor, por intermédio dos revendedores. A diferença entre o custo da produção e o valor pago pelo consumidor é que irá custear os benefícios da rede. Não havendo venda, não há recurso, não há benefício.

No caso da "pirâmide financeira", os recursos utilizados no custeio dos benefícios gerados pela rede vêm de novos ingressos na mesma. Não havendo mais pessoas a serem cadastradas ou não havendo interessados em novos cadastros, findam os recursos e a rede quebra, antes que seus

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fabienio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO – 111072200000350038 e CLAUDIA BERGAMASCHI FRANDEMARCHI. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEA.

últimos integrantes possam ao menos recuperar o investimento.

No caso da Telexfree, vê-se no regulamento que são três suas fontes de receita: venda de contas VOIP 99Telexfree; venda de kits de contas VOIP Telexfree; e taxas de adesão.

Já foi dito que a venda de contas VOIP é negócio desinteressante, pois muito mais vantajoso ao divulgador convencer o cliente a se cadastrar do que a comprar uma conta avulsa. Como consequência, tem-se que a venda ou revenda individual das contas quase não acontece, já que o maior interesse é em adquiri-las em kits, para poder usufruir dos benefícios da rede (vide depoimento de Shawke Lira Sandra).

Além disso, conforme ressaltou o requerente na petição inicial, se há setenta mil cadastros no Acre (informações de Shawke Lira Sandra), há também, no mínimo, setecentas mil contas VOIP 99Telexfree disponíveis para revenda pelos divulgadores, o que não reverteria nenhum centavo de dólar à primeira requerida, que já recebeu dos divulgadores por todas elas.

A decisão liminar proferida nestes autos obstou novos ingressos na rede Telexfree, assim como também proibiu a empresa de efetuar qualquer pagamento aos divulgadores, gerando forte repercussão entre muitos destes, inconformados diante da impossibilidade de reaver o valor investido na rede. Foi largamente noticiado na imprensa, também, que a empresa requerida chegou a pleitear recuperação judicial, alegando crise financeira como conseqüência da decisão. Não obstante, apesar da decisão liminar não haver proibido a venda ou a revenda das contas VOIP 99Telexfree, em nenhum momento houve menção a que os divulgadores estariam revendendo suas contas ou que persiste a atividade de venda de contas avulsas, o que leva a crer que, embora aparentemente exista, o produto parece não ter o sólido conteúdo econômico alegado pelos requeridos, já que, paralisadas as novas adesões à rede, outras atividades que não estavam proibidas findaram também cessando.

Então, tudo indica realmente que as maiores fontes de receita da primeira requerida são a venda dos kits de contas VOIP Telexfree e o recebimento das taxas de adesão, sendo que ambas acontecem uma única vez por cada divulgador, no exato momento de seu cadastramento.

O divulgador da Telexfree, a não ser que queira realizar novo cadastro em seu próprio nome, não se depara com nenhuma situação ao longo de sua participação na rede em que tenha que adquirir novos kits VOIP. Também é apenas no momento de sua inclusão que paga os US$50,00, independente de qual seja o plano a que esteja aderindo. Portanto, pode-se dizer que, por obrigação contratual, o divulgador só gera receita à primeira requerida por ocasião de sua adesão.

A taxa de adesão, denominada Fundo de Caução Retornável, destina-se a "remunerar a divulgação que o contratante receberá à medida em que atender aos requisitos específicos" (cláusula 2.5.5). O regulamento dispõe, então, que os US$50,00 são retornáveis ao próprio divulgador, na medida em que o mesmo preencher os requisitos, publicando anúncios, cadastrando novos divulgadores, formando binários, dentre outros. Ocorre que, partindo-se dos valores apontados no regulamento, conclui-se sem dificuldade que um único cadastramento no plano AdCentral Family já é suficiente para permitir que o divulgador recupere sua caução retornável e ainda deixe prejuízo, vez que receberá US$100,00.

Os requeridos contra argumentam que a premissa não é

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

verdadeira, pois o divulgador do plano Family recebe 7,01% da receita advinda da adesão. Porém, este montante equivale ao dobro do que o divulgador pagou a título de Fundo de Caução Retornável e não é o único benefício financeiro que irá auferir ao longo de seu período de permanência na rede (pares binários, Team Builder).

Além disso, encontrar pessoas interessadas em se cadastrar, mediante pagamento da Caução Retornável e da aquisição do kit de contas VOIP 99Telexfree, ficará cada vez mais difícil, até tornar-se praticamente impossível. Isto porque, como já repetido mais de uma vez, a atração do negócio está nos ganhos decorrentes da participação na rede, mais precisamente advindos de novos cadastramentos. Quem não encontrar outras pessoas para formar seus binários, ou para adquirir planos que o elevem à categoria Team Builder, não terá rendimentos e, dificilmente, poderá usar o lema "contra contracheque não há argumento", para convencer alguém a se cadastrar.

Quando isto ocorrer, cessam quase que por completo as fontes de receita da rede, necessárias ao custeio dos benefícios de todos os seus integrantes, ficando descobertos todos os divulgadores que entraram mais recentemente e não conseguiram atender aos requisitos para obtenção de benefícios que lhe permitam pelo menos recuperar o investimento feito.

Não se ignora o teor das cláusulas 2.5.1, 2.5.2 e 2.5.2.2, segundos as quais, ao final dos doze meses, o divulgador poderá manter sua posição na rede multinível, mediante nova adesão e pagamento de 20% sobre os ganhos com anúncios ou com a rede, a título de Custo de Reserva de Posição.

Os fatos da adesão ter prazo determinado, da manutenção da posição na rede depender de nova adesão e do pagamento do percentual acima citado e da receita auferida pelo divulgador estender-se apenas até o quinto nível, foram utilizados pela primeira requerida como argumento contra a tese de que a rede é piramidal.

Porém, ainda sob juízo de avaliação sumária, o argumento parece insuficiente ao que se propõe.

Foi citado que em pouco tempo não haverá mais quem ingresse na rede (por falta de pessoas ou de pessoas interessadas), o que impedirá aos que estiverem na base de preencherem os requisitos necessários ao recebimento dos benefícios oriundos da rede (ganhos binários, Team Builder, etc.). Quando isto ocorrer, os divulgadores que estiverem na base não terão interesse em reintegrar o grupo ao final dos doze meses. Os que estiverem acima também não conseguirão formar outros pares binários e não terão como alçar o posto de Team Builder ou receber royalties. Também eles logo não terão interesse em reingressar na rede que, assim, vai se desconstruindo.

Um dos grandes atrativos do negócio é a perspectiva de retorno elevado em pouco tempo, mas na medida em que se tornarem mais difíceis os novos cadastramentos, o tempo do retorno se estende, o que além de reduzir o ritmo de ingresso na rede, desistimulará a manutenção da posição ao final dos doze meses.

O problema não seria tão grande se os últimos a ingressar na rede apenas deixassem de lucrar. A questão é que, muito provavelmente, quando esgotada a principal fonte de receita do grupo (novos cadastramentos), a grande maioria não terá oportunidade sequer de recuperar o investimento inicial (mínimo de US$339,00), perdendo-o definitivamente.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003380 e CLAUDIA BERGAMASCO LOPES. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEAE.

Poder-se-ia argumentar que, para integrar uma rede de marketing multinível, o interessado também faz um investimento inicial (material de treinamento, aquisição dos produtos, etc.) e poderá não o recuperar, caso não tenha sucesso em suas vendas, o que também lhe geraria prejuízo.

A diferença entre a situação do revendedor de uma rede de marketing multinível e a do divulgador da rede Telexfree está em que, o primeiro, no desempenho de sua atividade, acaba construindo uma rede de consumidores, aos quais sempre pode retornar e, preparado que está para estratégias de venda, convencê-los a mais uma vez adquirir o produto. O divulgador, por outro lado, no desempenho de sua atividade, não constrói uma rede de clientes (consumidores do serviço VOIP), mas sim de novos divulgadores que, assim como ele, também têm o serviço para revenda. Além disso, dispõe de apenas doze meses para revender suas contas, sob pena de perde-las ao final do período, esvaziando por completo suas possibilidades de recuperação do investimento.

Então, se as fontes de recurso para o custeio da rede são finitas, quando efetivamente cessarem, o divulgador que ainda não recuperou seu investimento tentará realizar novos cadastros, mas não encontrará interessados, tentará revender suas contas, mas não encontrará quem as compre, tentará postar anúncios, mas poderá receber em contrapartida apenas outras contas VOIP. Neste momento pode-se dizer que a rede quebrou. Então, o negócio que prometia alto retorno financeiro (acima da média de mercado), redunda na perda do investimento a milhares ou milhões de pessoas.

Os requeridos sustentam que o negócio desenvolvido pela Telexfree é sustentável e economicamente viável porque não depende da entrada infinita de novos associados e se não houver mais entrada de novo membro, os pagamentos terão como ser mantidos, uma vez que o consumidor final estará utilizando o produto, mesmo sem fazer parte da rede.

Porém, cessar novos cadastramentos significa para a empresa cessar a venda das contas VOIP em kits. Nesse caso, a única forma da empresa auferir receita através das contas VOIP seria vendendo-as em forma avulsa. Contudo, aqueles que seriam os potenciais revendedores destas contas, os divulgadores, também têm muitas contas que compraram e pagaram, as quais podem revender auferindo muito mais lucro do que através das comissões decorrentes da venda avulsa, porém, sem reverter nenhuma receita à empresa.

Ademais, cessar novos cadastramentos também significa que os divulgadores que ingressaram mais recentemente na rede não formariam pares binários, não conseguiriam ser Team Builder ou preencher requisitos para recebimentos de royalties. Nesse caso, não fariam jus aos benefícios da rede e não teriam como recuperar o investimento.

2.5.13) SUSTENTABILIDADE DA REDE TELEXFREE

A empresa requerida insiste no argumento de que a sustentabilidade do negócio não está assentada no ingresso de recursos por novas adesões à rede de divulgadores, pois ainda que cessacem as adesões, permaneceria ativa a fonte de receita decorrente da comercialização direta das contas VOIP.

De fato, o argumento guarda alguma coerência no sentido de que a falta de novas adesões representaria, por consequência lógica, a não

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Carvalho Neto, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO – 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

obrigação de pagamento aos divulgadores, que não estariam formando pares binários e, portanto não receberiam também royalties e Team Builder. Ou seja, a ausência de novos cadastros elimina a principal, quiçá a única real fonte de receita da empresa, mas elimina também a obrigação de remunerar divulgadores.

Todavia, há uma exceção a essa lógica: a obrigação de remuneração pelos anúncios, no valor de US$20,00 ou US$100,00 por semana. Essa obrigação não guarda relação com novos cadastros, de modo que a cessação destes não a afasta. De que forma, então, a empresa cumpriria com a obrigação de pagar, a cada divuglador anunciante, US$20,00 ou US$100,00 por semana?

Nesse ponto, muito específico, o contrato que a primeira requerida firma com os divulgadores (Regulamento Geral de Clientes e Divulgadores de Produtos), em um sinal bastante revelador da percepção que a empresa tem dessa questão,prevê que a remuneração dos anúncios se dá por dação em pagamento de novas contas VOIP, cuja recompra pela requerida ocorre por mera liberalidade. Tudo indica que a recompra sempre ocorreu, mas a partir do momento que cessassem ou diminuíssem substancialmente as novas adesões, a primeira requerida poderia deixar de efetua-la sem que, com isso, assumisse o status da inadimplência.

É, inequivocamente,um desfecho quase que perfeito, pois representa uma engenhosa solução jurídica para o possível encerramento das atividades da empresa.

Alguém ainda poderia considerar, e a empresa requerida certamente argumentaria, no sentido de que ainda que a hipótese tratada se realizasse, o que considero bastante provável, os divulgadores recém ingressos poderiam recuperar o investimento feito e até obter ganhos através da revenda das contas VOIP adquiridas por ocasião da adesão e em razão dos anúncios, mas nesse caso que receita a requerida manteria? Nesse cenário, haveria (como decerto já há), milhões de contas VOIP inativas nas mãos dos divulgadores, ansiosos por revende-las para amortizar o prejuízo sofrido. Essa extraordinária rede de revendedores certamente não mais estria a serviço da empresa requerida para venda avulsa de suas contas VOIP, pelo que receberia uma comsissão de 10%, ou US$4,99, pois preferiria revender suas próprias contas e receber por cada uma delas US$21,20 ou US$22,40 (conforme o plano de ingresso). Mesmo quando não mais tivessem contas, seria mais vantajoso realizar os anúncios para receber novas e revende-las pelo preço de face (US$49,90), ao invés de intermediar a venda direta pela empresa requerida.

Não é de modo algum crível, portanto, que o negócio seria sustentável, independentemente do cadastramento de um número cada vez maior de divulgadores. Além disso, a quantidade de contas VOIP disponível em mercado para revenda pelos divulgadores seria tamanha que, certamente, haveria grande dificuldade para encontrar mercado consumidor interessado na aquisição do serviço. Assim, mesmo que em tese o divulgador tivesse a possibilidade de reaver o investimento sem cadastrar novos membros à rede, na prática esse cenário dificilmente se realizaria.

Em síntese, a inevitável cessação de novos ingressos na rede Telexfree, ou sua substancial redução, ensejaria, também, a cessação da fonte de receita da empresa requerida, assim como a possibilidade de retorno financeiro ao divulgador."

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEAE.

Conforme dito, a sentença fundou-se em juízo sumário das provas existentes até aquela ocasião. Mencionou o que parecia ser, dando azo à formulação de quesitos a serem respondidos pelo exame pericial, a fim de descortinar se o que parecia efetivamente é. Passe-se, então, à análise das provas documental e pericial e dos argumentos lançados a partir de então pelas partes e seus assistentes técnicos.

2.2.4) LAUDO PERICIAL, CONSIDERAÇÕES DAS PARTES E DE SEUS ASSISTENTES TÉCNICOS E PROVA DOCUMENTAL

2.2.4.1) CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O exame pericial foi realizado pela empresa Ernest & Yong. Após sua nomeação para a função de perita, os réus suscitaram seu impedimento e sua suspeição, por meio dos incidentes nº 0000027-88.2014.8.01.0001 e 0705061-66.2015.8.01.0001, ambos já decididos e rejeitados.

Em razão dos fundamentos aventados para amparar a tese de suspeição da empresa perita, os réus sustentaram que a prova pericial é ilícita, por isso não pode ser considerada. Porém, referidos fundamentos foram todos rejeitados em decisão proferida no incidente nº 0705061-66.2015.8.01.0001, restando totalmente descartada a tese de ilicitude da prova pericial.

Os réus também sustentaram que a empresa perita violou as regras do art. 5º, II, III, IV, V e VI do Código de Ética Profissional do Contador e que pode não ter sido ela quem elaborou o laudo pericial, o que, no entanto, também foi descartado na decisão proferida na exceção de suspeição.

Os réus ainda desqualificam o trabalho da perícia em razão do fato de haver sido batizado ela empresa perita como "Projeto Ramsés", alegando que assim agindo a mesma predispôs-se a considerar a atividade da Telexfree como uma pirâmide. Não obstante, os peritos esclareceram que o nome foi escolhido em razão do foco principal do trabalho ter sido descortinar-se se o modelo de negócio estudado caracterizava uma pirâmide financeira. De toda sorte, não vislumbro neste fato qualquer circunstância desabonadora ou reveladora de

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseia de Hélio Carvalho Lopes, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000095003388-GUILHERME FRANDEMARCAES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812316-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

tendências parciais da empresa perita, já que a alusão à pirâmide consta textualmente entre os pontos controvertidos a serem elucidados pela prova pericial.

Após a apresentação do laudo pericial as partes solicitaram esclarecimentos, os quais foram prestados. Os laudos estão colacionados nas pp. 15.010/15.229 e 16.327/16606 e foram instruídos por mídias digitais arquivadas em Cartório.

Antes de adentrar nas minúcias do negócio empreendido pela empresa ré, mister salientar que a análise pericial contábil detectou ausência de conciliações contábeis para o exercício de 2012 e saldos iniciais de 2013; ausência de composição analítica que permitisse observar a natureza e a composição dos lançamentos contábeis relativos ao exercício 2012; saldo com natureza contábil invertida e sem o devido suporte para o exame da movimentação; que a empresa ré considera-se uma empresa agente e, por isso, foram lançadas na contabilidade apenas as movimentações financeiras de pagamentos e recebimentos em contas de ativos e passivos, não sendo registrados os bônus e comissões oriundas de remuneração (binária, trinária, etc) que não foi resgatada.

Diante deste cenário, a análise pericial pautou-se na base de dados eletrônica da empresa ré, considerando-se como fonte de consulta secundária informações contábeis combinadas "pro-forma", elaboradas com a finalidade de apresentar a situação financeira e patrimonial da operação da rede de acordo comas práticas contábeis adotadas no Brasil.

Os réus insurgiram-se contra tal procedimento, afirmando que disponibilizaram aos peritos todos os documentos solicitados e também que sua contabilidade foi considerada válida pela Receita Federal do Brasil (processo nº 15586-720090/2014-04). Sustentaram que os retornos dos extratos bancários e servidor foram apreendidos pela Polícia Federal em 24 de julho de 2014 e que o retorno dos extratos bancários estão no servidor apreendido nos Estados Unidos, enfatizando que os peritos deveriam ter solicitado tais informações das autoridades que as detêm.

Sobre os documentos contábeis, o assistente técnico dos réus afirmou que já haviam sido objeto de pedido de esclarecimento por parte do autor e que os esclarecimentos já haviam sido devidamente prestados nos autos.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fátima Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE – 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Os réus também sustentaram que o relatório financeiro contábil "pro-forma" não pode servir de amparo para as respostas aos quesitos, já que os peritos deveriam ter produzido sua própria contabilidade, em lugar de abandonar as demonstrações históricas da empresa.

Contudo, as insurgências dos réus não devem prosperar, primeiro, porque o laudo pericial foi elaborado precipuamente sobre os dados eletrônicos da empresa ré, que refletiam, muito melhor que a contabilidade, a dinâmica das relações entre a mesma e seus divugladores, conforme é possível extrair do próprio Relatório Fiscal emitido pela Receita Federal do Brasil, onde foram mencionadas as divergências entre a contabilidade e a prática da empresa. As informações contábeis combinadas "pro-forma" foram utilizadas como fonte secundária da análise, não se verificando em nenhum quesito o comprometimento do resultado em razão deste procedimento, o que também não foi concretamente apontado pelos réus.

Em segundo lugar deve-se mencionar que os pontos cruciais para elucidação sobre a natureza da atividade da empresa ré puderam ser suficientemente esclarecidos pela análise pericial dos documentos aos quais os peritos tiveram acesso, não se notando a falta de nenhuma fonte de consulta que comprometesse o trabalho e as conclusões da perícia.

Ademais, deve-se registrar que os próprios réus admitem falhas em sua contabilidade, afirmando que o antigo contador da empresa ré não adotou a melhor prática contábil, razão pela qual foi substituído pelo atual contador. Afirmam que a contabilidade foi considerada válida pela Receita Federal, mas o relatório que anexaram às manifestações do assistente técnico faz extensa menção à relutância da empresa em apresentar os documentos solicitados (alguns não foram apresentados) e ao fato de que a análise tributária foi possível sobre contabilidade digital validada através de sistema de validação de arquivos digitais – SVA, que também foi objeto de consulta por parte dos peritos.

De todo modo, não deixarão de ser apreciados e considerados as respostas aos quesitos formuladas pelos assistentes técnicos dos réus, em grande parte divergentes das conclusões da prova pericial, muitas vezes em razão de se pautarem sob premissas diferentes,

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000050038 e CLAUDIA MARGARIDA FRANDEMARCHI. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEE.

outras por se referirem a análises de períodos diferentes, nenhuma no entanto sob alegação de que a divergência tenha decorrido da falta de análise de algum documento pela perícia ou do resultado da combinação pró-forma das combinações contábeis.

Antes, ainda, de adentrar nas minúcias do negócio empreendido pela empresa ré, mister também citar que antes de comercializar as contas 99Telexfree, o produto vendido pela empresa ré era o chamado Free Card, o que ocorreu entre 03 de março de 2012 até 17 de setembro de 2012. A empresa ré informou aos peritos que não havia contrato específico em relação ao referido produto, mas que seguia a mesma lógica dos kits AdCentral e AdCentral Family. Constatou-se que a movimentação financeira do Free Card também foi utilizada para pagamento de benefícios aos divulgadores, razão pela qual também foi objeto da avaliação pericial.

2.2.4.2) PRINCIPAL FONTE DE RECEITA DOS DIVULGADORES DA REDE TELEXFREE

Afirmou-se por ocasião da análise sumária das provas que a maior fonte de receita dos divugladores advinha do cadastramento de pessoas, o que trazia ao negócio a aparência de insustentabilidade, pois o que deve sustentar uma rede de marketing multinível é a venda dos produtos ou serviços, jamais o ingresso de novos revendedores. Conclui-se, então, que seria mais vantajoso ao divulgador angariar novos membros à rede do que vender ou revender suas contas 99Telexfree.

A prova pericial, por sua vez, demonstrou realidade diversa, que porém não afasta a insustentabilidade do negócio. A maior fonte de receita dos divulgadores da Telexfree e, portanto, o maior foco de atração do negócio, não é realmente a venda e a revenda das contas Voip, tampouco são os novos cadastramentos à rede, mas sim a postagem de anúncios.

Analisando a base de dados da empresa ré no período compreendido entre 08 de fevereiro de 2012 (data da primeira receita) e 14 de abril de 2014 (data da análise), os peritos verificaram que a rede Telexfree contemplava informações não apenas de divulgadores brasileiros, como também de participantes de nacionalidades diversas. Verificaram também a existência de cadastros de localização dos membros da rede que seriam inconsistentes (CPFs

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fabrício Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE – 11107220000095000388 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE RIBEIRO.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

inválidos, nomes inválidos, datas inválidas, campos em branco, divulgadores cadastrados com o mesmo CPF, divulgadores que informaram o país como diferente do Brasil, porém possuem cadastros de CPF, cidades e estados em localidades brasileiras). Em razão de tais fatos, os peritos efetivaram análises sobre a rede total e sobre a rede brasileira, incluindo nesta última os divulgadores brasileiros e os divulgadores com indícios de serem brasileiros.

Os réus se insurgiram contra tal procedimento. Alegaram que a Ympactus Comercial Ltda. administra exclusivamente a rede Telexfree em território brasileiro, por isso a perícia deveria ater-se exclusivamente à rede brasileira. Argumentaram também que os pagamentos aos divulgadores eram efetuados através do Banco do Brasil, o que faz cair por terra a alegação da perícia de que havia CPFs inválidos ou inexistentes.

Entretanto, seu próprio assistente técnico admitiu a premissa utilizada pelos peritos, de que a rede Telexfree é única e mundial, e considerou irrelevante para o resultado da perícia se os divulgadores eram brasileiros, apresentaram indícios de o serem ou se eram estrangeiros. Além disso, deve-se sublinhar que a análise pericial apontou o desempenho da rede global e da rede brasileira, admitindo a percepção do desempenho apenas desta última quando necessário ao esclarecimento dos pontos controvertidos.

Voltando à análise sobre o que seria a maior fonte de rendimento dos divulgadores, ao responderem aos quesitos 2.10 a 2.13, que indagam sobre o percentual médio de retorno financeiro obtido pelos divulgadores com a rede Telexfree (novas adesões, Team Builder, Royalties, binários), com a venda direta de contas 99Telexfree e com a postagem de anúncios, os peritos apresentaram cenários da rede global e da rede de brasileiros.

As conclusões da perícia foram as seguintes:

1º) o percentual médio de rendimentos dos divulgadores AdCentral de toda a rede Telexfree, decorrentes apenas dos **benefícios da própria rede** (novas adesões, Team Builder, Royalties, binários), foi de **-54%**. Para os divulgadores AdCentral brasileiros o resultado foi **-50%**;

2º) o percentual médio de rendimentos dos divulgadores AdCentral Family

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000005003388 e CLAUDIA BERGAMASCHI FRANDEMARCHI.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

de toda a rede Telexfree, decorrentes apenas dos **benefícios da própria rede** (novas adesões, Team Builder, Royalties, binários), foi de **-95%**. Para os divulgadores AdCentral Family brasileiros o resultado foi **-94%**;

3º) o percentual médio de rendimentos dos divulgadores AdCentral de toda a rede Telexfree, decorrentes apenas das **comissões de venda direta de contas 99Telexfree**, foi de **-54%**. Para os divulgadores AdCentral brasileiros o resultado foi **-75%**;

4º) o percentual médio de rendimentos dos divulgadores AdCentral Family de toda a rede Telexfree, decorrentes apenas das **comissões de venda direta de contas 99Telexfree**, foi de **-95%**. Para os divulgadores AdCentral Family brasileiros o resultado foi **-89%;**

5º) o percentual médio de rendimentos dos divulgadores AdCentral de toda a rede Telexfree, decorrentes apenas das **postagens de anúncios**, foi de **-53%**. Para os divulgadores AdCentral brasileiros o resultado foi **15%;**

6º) o percentual médio de rendimentos dos divulgadores AdCentral Family de toda a rede Telexfree, decorrentes apenas das **postagens de anúncios**, foi de **-53%**. Para os divulgadores AdCentral Family brasileiros o resultado foi **-14%.**

A síntese desta análise demonstra que na rede formada por brasileiros (incluindo-se os cadastros com indícios de brasileiros), **a maior fonte de receita é realmente a postagem de anúncios (15% e -14%).**

O assistente técnico dos réus apresentou resultados diversos aos quesitos que indagaram acerca do percentual médio de rendimento dos divulgadores com cada uma das atividades relacionadas ao negócio. Concluiu que o percentual médio do ganho obtido pelos divulgadores com benefícios da rede (Team Builder, *royalties*, binário e trinários) foi de 2,92%, frisando que novas adesões não ensejavam bonificações. Com as vendas de contas (comissão voip varejo, comissão voip estoque, comissão voip indireta e comissão voip atacado) foi de 8,66%. Já quanto às postagens de anúncios (recompra voip integral e recompra voip residual), o ganho médio dos divulgadores foi de **73,04%**.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO FERNANDO MARTINS JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812216-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Assim, mesmo tomando-se por base os resultados apresentados pelos próprios réus, que divergiram dos constatados pela perícia por haverem se pautado em períodos diversos (o assistente técnico analisou os dados até a data da decisão liminar – junho de 2013 e os peritos até a data da análise – abril de 2014) e também por considerarem a bonificação oriunda da venda de kits como vendas de voip e não como benefícios oriundos de novas adesões, **a representação final dos ganhos foi a mesma, corroborando a conclusão da perícia de que a principal fonte de receita dos divulgadores era mesmo a postagem de anúncios**

Por isso é que, em resposta ao quesito 2.13 (O que o oferece maior retorno financeiro ao divulgador: venda direta de conta Voip 99Telexfree avulsa, revenda de conta Voip 99Telexfree, cadastramento de novos membros à rede Telexfree ou postagem de anúncios?), o laudo pericial respondeu, tomando por base a rede total da Telexfree: **"Conforme demonstrado na tabela apresentada no quesito 2.7 – Fontes de receita/despesa do divulgador, <u>observamos que o maior retorno financeiro seria obtido através da postagem de anúncios</u>, sendo -53% para os divulgadores AdCentral e -93% para os divulgadores AdCentral Family"** (esse mesmo resultado se reproduz quando analisada apenas a rede Telexfree brasileira).

Interessante que, mesmo concluindo que o ganho médio dos divulgadores com benefícios da rede era de 2,92%, com venda de contas voip (incluindo as vendas dos kits) era de 8,66% e com as postagens de anúncios de 73,04%, o assistente técnico afirmou que a maior fonte de retorno financeiro ao divulgador seria a revenda de contas, o que evidentemente não se admite, já que, conforme números por ele mesmo apresentados, esta atividade (venda voip estoque) gerava em média 3,83% de rendimento ao divulgador, quando a própria venda dos kits (que deve ser considerada com benefício da rede, por consistir em sua essência em bonificação por adesão, conforme se verá adiante) gerava rendimento médio de 4,83% ao divulgador.

Por isso, há de se concluir que, indubitavelmente, no curso das atividades da rede Telexfree no Brasil, o que gerou maior receita aos divulgadores foi

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vanessa de Hélio Carvalho Leite, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO HENRIQUE – 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812316-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

efetivamente as recompra das contas que receberam em razão da postagem de anúncios.

Esta constatação foi corroborada pela análise pericial quando da avaliação acerca das fontes de despesa da empresa ré, em resposta aos quesitos 1.8 a 1.11, que indagaram acerca da proporção das despesas da empresa ré com a prestação do serviço Voip, com o pagamento de rendimentos da rede aos divulgadores (novas adesões, binário, Team Builder, *royalties*), com o pagamento de comissões decorrentes das vendas avulsas das contas 99Telexfree e com o pagamento dos anúncios postados semanalmente pelos divulgadores.

Sobre os custos para prestar o serviço Voip, os peritos não observaram lançamentos contábeis nos livros de escrituração mercantil da empresa ré. O parecer do assistente técnico dos réus informou que esta despesa não era realizada pela empresa ré, mas sim pela Telexfree Int. No laudo complementar os peritos apontaram que este custo representaria 1,26% das despesas da empresa ré, estimado por arbitramento, em razão da insistência do autor em conhecer qual seria este custo.

Quanto ao tema, deve-se admitir que a empresa ré não teve custos para a prestação do serviço da conta 99Telexfree, já que ela própria assim declara, sendo corroborada por seu histórico contábil. Por conseguinte, considero prejudicados todos os argumentos lançados pelos réus para descaracterizar o percentual obtido pela empresa perita através do arbitramento, o que se deu, repita-se, apenas em razão da insistência do autor em conhecer quais seriam estes custos, os quais ora se admite inexistentes.

Não obstante, em alguns pontos a serem ainda analisados não será possível desconsiderar a existência de custo do serviço prestado através das contas 99Telexfree, já que, conforme dito, a rede é global e sua sustentabilidade deve ser analisada como um todo. Quando necessário o tema será reprisado.

Quanto ao pagamento de rendimentos da rede aos divulgadores (novas adesões, binário, trinário, Team Builder, royalties), ao pagamento de comissões decorrentes das vendas avulsas das contas 99Telexfree e ao pagamento dos anúncios postados semanalmente pelos divulgadores, a análise também foi feita no período de 8 de fevereiro de 2012 até 14 de abril de 2014 e considerou a rede Telexfree em sua integralidade e a rede

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélanio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

apenas dos brasileiros (incluindo os que apresentem indícios de serem brasileiros).

Os peritos concluíram que a proporção das despesas da empresa ré na rede Telexfree integral foi a seguinte:

- 22,943% das despesas decorreram do pagamento dos benefícios da rede (Residual Free Card, Free Card, Team Builder, crédito manual, binário, trinário);

- 0,007% das despesas foram oriundas do pagamento de comissões diretas e indiretas de venda de Voip avulsa;

- 10,087% das despesas destinaram-se ao pagamento de comissões de venda de contas voip que os divulgadores tinham em estoque e pagamento de comissão voip no atacado;

- **66,96% das despesas destinaram-se ao pagamento das comissões decorrentes da postagem de anúncios (recompra e residual de recompra)**.

Para a rede brasileira o resultado foi semelhante:

-23,655% das despesas decorreram do pagamento dos benefícios da rede (Residual Free Card, Free Card, Team Builder, crédito manual, binário, trinário);

- 0,008% das despesas foram oriundas do pagamento de comissões diretas e indiretas de venda de Voip avulsa;

- 9,023% das despesas destinaram-se ao pagamento de comissões de venda de contas voip que os divulgadores tinham em estoque e pagamento de comissão voip no atacado;

- **67,314% das despesas destinaram-se ao pagamento das comissões decorrentes da postagem de anúncios (recompra e residual de recompra).**

Embora o assistente técnico dos réus tenha apresentado resultados diversos dos apontados pelos peritos, precipuamente por haver considerado período diverso do que foi levado em conta por estes últimos, a essência do resultado que apontou é a mesma, indicando que 14,59% de suas despesas foram oriundas do pagamento de bonificações da rede (frisando

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélanio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO HENRIQUE – 111.072.000.000.500.038 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

novamente que não bonificavam novas adesões), 8,97% destinaram-se ao pagamento de comissões de venda das contas voip e **76,43% ao pagamento decorrente da postagem de anúncios.**

Os réus sustentaram que a rede realmente distribuiu lucro e riqueza, mas que o desempenho de alguns foi superior ao de outros, em razão do empreendedorismo. Porém, se a maior fonte de receita dos divulgadores decorreu de anúncios e de novas adesões à rede, está claro que este empreendedorismo não teve relação com a efetiva comercialização das contas 99Telexfree, como deveria ser acaso a rede fosse de marketing multinível.

A prova pericial revelou cenário diverso do que o constatado em análise sumária das provas existentes nos autos, demonstrando que a maior fonte de rendimento para o divulgador Telexfree era a postagem de anúncios e não o cadastramento de pessoas. Tal demonstração resta indubitável diante da proporção das despesas da empresa ré com o pagamento das postagens em comparação com as demais despesas, como as decorrentes do pagamento dos benefícios da rede e das comissões de venda de contas 99Telexfree.

Entretanto, conforme já dito, esta revelação não afasta a conclusão preliminar de que o modelo de negócio tem características piramidal que o torna insustentável. Isto porque ficou comprovada a constatação inicial de que a venda e a revenda de contas 99Telexfree ocupam plano secundário na rede, não são obrigatórias, tampouco representam a maior fonte de receita da mesma, o que as impede de sustentar o pagamento dos benefícios.

2.2.4.3) PRINCIPAL FONTE DE RECEITA DA REDE TELEXFREE

Em resposta aos quesitos 1.4 a 1.7, os peritos deixaram claro que as fontes de receita da rede Telexfree em sua integralidade são as seguintes, na respectiva proporção:

- comercialização de contas voip avulsas: 10,28%;

- adesão de "partner" (Fundo de Caução Retornável): 0,77%

- **venda de kits de contas voip (AdCentral e AdCentral Family): 78,55%**

- Custo de Reserva de Posição:0,63%

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE – 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ARRAES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEA.

A rede brasileira apresenta fonte de receita semelhante:

- comercialização de contas voip avulsas: 4,36%;

- adesão de "partner" (Fundo de Caução Retornável): 0,89%

- **venda de kits de contas voip (AdCentral e AdCentral Family): 87,38%**

- Custo de Reserva de Posição:0,73%

O resultado apontado pelos réus não diverge muito, lembrando-se da divergência do período analisado:

-comercialização de contas voip avulsas: 0,00%

- adesão de partner (Fundo de Caução Retornável): 3,16%

- **venda de kits de contas voip (AdCentral e AdCentral Family): 96,13%**

- Custo de Reserva de Posição: 0,41%

Portanto, conforme já havia sido concluído em análise perfunctória das provas, o que injeta recursos na rede Telexfree é predominantemente a venda de kits de contas 99Telexfree, devendo-se frisar que, conforme análise pericial, 72% da receita oriunda dos novos cadastramentos foi realizada através de benefícios gerados pela própria rede, ou seja, não implicaram em receita real em espécie para a empresa ré.

Pode-se até dizer que a postagem de anúncios contribui para o incremento desta receita, pois a prova pericial também revelou que o escopo primordial dos anúncios não é exatamente anunciar as contas 99Telexfree, mas a oportunidade de negócio, atraindo novos divulgadores. Ainda assim, não fica descaracterizada a pirâmide, já que no marketing multinível as bonificações são custeadas pela venda do produto e não por novas adesões, como deve ser considerada a receita oriunda da venda de kits, conforme será melhor explicitado mais adiante. Também no marketing multinível o que se bonifica primordialmente são as vendas, não os novos cadastramentos, tampouco a propaganda.

Assim, se as postagens semanais tiveram algum efeito publicitário foi no sentido de atrair novos divulgadores à rede e não propriamente de convencer os consumidores

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fabrício Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO [illegible] e CLAUDIA [illegible] FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.

finais a adquirirem as contas 99Telexfree, até porque a prova pericial também demonstrou que a venda de contas 99Telexfree é praticamente insignificante no contexto geral da rede. **Conforme já visto, a proporção de rendimento da rede brasileira advinda da venda das contas é de apenas 4,36%.** Na análise dos réus, a venda ao consumidor final sequer gerava receita à rede, que se mantinha precipuamente pela venda dos kits (96,13% da receita), chamada pelos réus de venda em atacado, mas que em verdade configurava a adesão à rede.

Tanto é assim que em resposta ao quesito 1.14, a análise pericial detectou que os benefícios pagos aos divulgadores são custeados por novos cadastramentos à rede, através da venda de kits AdCentral e AdCentral Family, na proporção de 98%. **Apenas 0,63% dos recursos necessários para custeio dos benefícios da rede são advindos da venda de contas avulsas, em clara descaracterização de marketing multinível**. Apurou-se, ainda, que **em média os divulgadores venderam apenas 1,36 contas, mas realizaram 3 cadastramentos e ainda fizeram 390 anúncios** (que não geram receita direta).

Os réus sustentam que a adesão à rede se efetivava através da "Adesão Partner", mediante pagamento do Fundo de Caução Retornável, o que não gerava qualquer rendimento ao divulgador que fez a indicação. Com este argumento, afirmam que não bonificavam novas adesões e que estas representavam apenas 3,16% de seus rendimentos. Sustentam, também, que a base de custeio dos benefícios da rede era a venda das contas 99Telexfree no atacado (através dos kits), o que lhe gerava receita de 96,13%.

Porém, os termos contratuais e a dinâmica empreendida pela rede Telexfree revelam o contrário. O partner, apesar de haver pago o Fundo de Caução Retornável e de ter direito a uma posição na rede, não auferia nenhum benefício desta, a não ser quando evoluísse para o posto de divulgador. Enquanto partner, poderia apenas realizar a chamada venda direta, ou venda no verejo, mediante comissão de venda de 10%, que no entanto não gerava nenhum benefício à rede (conforme cláusulas 5.1.1 e 9.1.2, esta última deixando claro que a bonificação pelas vendas avulsas era paga apenas aos divulgadores).

Portanto, pode-se dizer que o partner ocupa uma posição na rede, mas não proporciona nenhuma receita aos seus integrantes (não pode postar anúncios e suas vendas

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Freitas Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000035003880 e CLAUDIA BERGAMASCHI FONTANA MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

diretas não geram bonificações à rede), assim como também não gera nenhuma despesa, já que a única opção que tem nesta condição é de vender contas avulsas da própria Telexfree, mediante comissão sobre a venda paga pela empresa ré, não tendo direito a qualquer bonificação dentro da rede.

Enxerga-se na figura do partner apenas uma tentativa da empresa ré de fazer parecer que o valor da adesão não é elevado e não gera bonificações, já que, para efetivamente integrar a rede, gerando benefícios aos seus integrantes (inclusive sobre as vendas diretas) e também recebendo bonificações, o partner deve necessariamente evoluir ao posto de divulgador, o que faz através da aquisição de um kit de contas 99Telexfree, pagas como verdadeira taxa de adesão, pois as contas propriamente ditas tem-lhe pouca ou nenhuma serventia, não são revendidas, tampouco utilizadas.

Grande parte da divergência de conclusões entre o parecer do assistente técnico dos réus e o laudo pericial está justamente no fato de se pautarem em premissas diferentes. O primeiro considera a venda de kits como efetiva venda das contas 99Telexfree no atacado. O segundo enxerga nesta atividade o pagamento de taxa de adesão.

É crucial estabelecer-se a real natureza dos valores pagos pelos divulgadores quando compram os kits de conta 99Telexfree, pois se realmente esta conduta implica em comercialização do produto, ganha força o argumento dos réus no sentido de que os benefícios da rede são custeados pela comercialização do produto voip, tal qual ocorre com o verdadeiro marketing multinível. Caso contrário, caracterizado que a venda dos kits representa em verdade o pagamento de adesão, fica clara a insustentabilidade do negócio, em razão de ser financiado pelo cadastramento de pessoas, como ocorre em pirâmides financeiras.

Porém, conforme já explicitado linhas acima, não restam dúvidas de que o ato de comprar kits de contas 99Telexfree representa uma maneira disfarçada de pagamento de adesão, pois configura o meio pelo qual se passa efetivamente a integrar a rede Telexfree. **Assim, a receita oriunda da venda dos kits deve ser considerada como sendo fruto de cadastramentos de pessoas e não de venda de produtos.**

Se a realidade fosse da maneira como os réus querem fazer parecer, ao

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000095003388 e CLAUDIA BERGAMASCHI FONTANA MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.

comprar as contas em forma de kits (com desconto), os divulgadores as revenderiam, já que em marketing multinível o objetivo é vender produtos. Porém, o que se observa é que não foi esta a postura dos divulgadores. As contas dos kits não foram revendidas (conforme se verá no próximo item). Também não houve consumo destas contas, o que igualmente não caracterizaria a venda direta, já que o membro da rede de marketing multinível é primordialmente um vendedor do produto, não um consumidor direto. As contas foram simplesmente acumuladas.

Em uma rede de marketing multinível, quando o revendedor faz compras no atacado, o faz na perspectivida da revenda, pois isto lhe gera lucro. Na rede Telexfree, ao comprar os kits 99Telexfree, os divulgadores não tinham nenhuma intenção de revenda.

Em suma, se através da compra das contas no atacado torna-se efetivamente membro da rede Telexfree e se estas contas não são destinadas à venda ao consumidor final, fica claro que sua existência é irrelevante e desnecessária às atividades da rede. Em verdade, o divulgador paga para integrar a rede, não para receber um kit de contas. Trata-se, portanto, de taxa de adesão.

2.2.4.4) VENDA E CONSUMO DAS CONTAS 99TELEXFREE

Em resposta aos quesitos 3.3 a 3.9, que indagaram acerca da quantidade de contas 99Telexfree vendidas diretamente pela empresa ré; vendidas em forma de kits AdCentral e AdCentral Family; vendidas por intermédio dos divulgadores; e revendidas por divulgadores, tanto antes quanto depois da decisão liminar proferida nos autos da ação cautelar em apenso, as conclusões da perícia foram as seguintes:

- a análise da base de dados revela que a empresa ré não efetivava venda de contas avulsas. Verificou-se que um divulgador vendeu o total de 12.050 contas;

- a empresa ré vendeu 164.073 kits AdCentral (de 10 contas) e mais 1.303.299 kits AdCentral Family (de 50 contas), o que totaliza 66.805.680 contas (1.640.730 + 65.164.950);

- os divulgadores intermediaram a venda de 41.058 contas;

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaciver de Fátima Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

- os divulgadores revenderam o total de 2.675.259 das contas que compraram em forma de kits.

Estes números traduzem as seguintes constatações:

1º) a empresa ré não vendia o produto diretamente ao consumidor;

2º) a empresa ré vendia as contas 99Telexfree apenas aos seus divulgadores, em forma de kits;

3º) **das 66.805.680 contas recebidas pelos divulgadores, apenas 2.675.259 foram revendidas pelos mesmos, o que representa 4,004%**;

4º) **do total de todas as contas vendidas pela empresa ré (resultado da soma do que foi vendido por um divulgador – 12.050, das vendas de kits - 66.805.680 e das vendas avulsas efetivadas pelos divulgadores – 41.058) (66.858.788), apenas 0,079% foram vendidas por divulgadores. Os outros 99,92% das contas foram vendidas em forma de kits pela empresa ré aos divulgadores.**

A síntese de todas estas informações colhidas pela prova pericial é que **99,92% das contas 99Telexfree foram vendidas pela empresa ré aos seus divulgadores, que por sua vez revenderam apenas 4,004% das contas que receberam em seus kits e foram responsáveis pelos outros 0,079% das vendas.**

Em outras palavras, está provado que os divulgadores não cumpriam o papel que se espera de sua atuação em uma rede de marketing multinível.Tiveram desempenho desolador na atividade de venda das contas 99Telexfree. Não conseguiram revender as que compraram para ingressar na rede e também não efetivaram vendas avulsas, mas ainda assim angariaram benefícios da rede, não como fruto das vendas (como ocorre em marketing multinível), mas em razão dos anúncios que postaram e dos novos cadastramentos que efetivaram, tudo custeado por esta última atividade.

Esta conclusão não se modifica quando se analisam os dados apresentados pelo assistente técnico dos réus, que informou o seguinte:

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fátima Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE – 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

- a empresa recebeu por 507 contas vendidas diretamente antes da decisão liminar e por 6 contas depois da decisão, totalizando 513 vendas diretas (apesar de sustentar que não realizava vendas diretas ao consumidor);

- a empresa recebeu por 4.440.970 kits de contas Ad Central até a data da decisão liminar (não mencionou os kits AdCentral Family), o que totaliza 44.409.700 contas;

- os divulgadores venderam no atacado 100.321.010 contas (o que representa a venda dos kits, que em verdade era efetivada pela empresa ré e não pelos divulgadores);

- os divulgadores venderam no varejo (ou seja, vendas diretas) 107.058 contas antes da decisão e mais 590.672 (pagas através da Ympactus) depois da decisão, totalizando 697.730 contas;

- do total de vendas apontadas como tendo sido realizadas no atacado (100.321.010) e no varejo antes da decisão liminar (107.058) pelos divulgadores, a empresa afirma que foram recebidas por seu intermédio apenas 44.411.413, sem especificar quantas são fruto de varejo e quantas de atacado. Para aferir o montante de contas vendidas em kits (atacado) e no varejo (venda direta), obedecendo-se à proporção total de vendas (99,89% foram atacado e 0,10% foram varejo), conclui-se que dos 44.411.413 contas recebidas por meio da empresa ré, 44.362.560 foram vendas em kits (99,89% do total) e 44.411 foram vendas diretas (0,10% do total);

- o total de vendas diretas efetuadas pelos divulgadores antes e depois da decisão liminar, através da empresa ré, foi de 635.083 (44.411 + 590.672);

- os divulgadores revenderam (através da Ympactus) 68.894 contas antes da decisão liminar e mais 44.772 depois da decisão, o que totaliza 113.666 revendas.

Os números apresentados pelos réus levam às seguintes constatações:

1º) a empresa contradiz-se. Ora diz que não efetivada vendas diretas, ora informa que vendeu diretamente 513 contas;

2º) foram vendidas no total 89.407.856 contas, entre vendas diretas

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vanessa de Freitas Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE RIBEIRO.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

efetuadas pela empresa (513), vendas em forma de kits (44.409.700 - considerando apenas Kits AdCentral - + 44.362.560) e vendas no varejo realizadas pelos divulgadores (635.083).

3º) **do total de contas vendidas (89.407.856), apenas 635.596 (513 + 635.083) são fruto de venda direta realizada pela empresa e por divulgadores, o que totaliza 0,71% de vendas diretas, os outros 99,29% foram vendidos em forma de kits;**

4º) d**as 88.772.260 contas recebidas pelos divulgadores em forma de kits (44.409.700 – considerando apenas kits AdCentral + 44.362.560 da chamada venda de atacado), apenas 113.666 foram revendidas pelos divulgadores, o que representa 0,128% de revendas.**

Em síntese, apesar da divergência entre os peritos e o assistente técnico dos réus quanto à quantidade de contas vendidas diretamente, vendidas em forma de kits e revendidas pelos divulgadores, os números apresentados pelos réus também demonstram que a maioria esmagadora das contas era vendida aos próprios divulgadores, através dos kits. **A venda direta de contas aos consumidores representava 0,48% das vendas totais**. **Apesar de concentrarem quase a totalidade das contas em suas mãos, os divulgadores revenderam apenas 0,078% dessas contas.**

Os números deixam indubitável que a rede Telexfree era composta simplesmente por uma rede de vendedores. Não havia uma rede de consumidores das contas 99Telexfree. Os divulgadores compraram o que ninguém consumiria, lembrando-se que quem sustenta uma rede de marketing multinível são os consumidores e não os revendedores.

Ressalte-se que por força contratual, quem vendia os kits era a própria empresa ré, por intermédio dos divulgadores, e não estes últimos, que não os tinha para vender aos novos membros, até porque quando ingressavam adquiriram apenas um kit, ad Central ou AdFamily.

Os réus argumentaram que antes do bloqueio judicial eram líderes nacionais na comercialização de voip e de fato foram vendidas dezenas de milhões de contas, porém, a maioria esmagadora aos próprios divulgadores. O consumo, no entanto, não ocorreu,

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Oliveira Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO [illegible] e [illegible] JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 16061[illegible].

conforme se verá adiante.

Ainda sobre o produto comercializado pela empresa ré, indagou-se dos peritos qual a quantidade de contas ativas desde o início das atividades da empresa, até a data da análise pericial. A resposta foi dada no quesito 3.2, onde se lê que na rede integral, havia 12.445.235 contas ativas, das quais 11.889.784, ou seja, 95,54%, foram ativadas por clientes.

Na rede brasileira o resultado foi expressivamente diverso. Apenas 2.698.653 das contas vendidas foram ativadas, das quais 2.426.255 foram ativadas por clientes, o que representa 89,91%.

Os réus informaram que durante toda sua atividade foram ativadas 2.891.396 contas, das quais apenas 72.129 no Brasil. **Tomando por base suas próprias informações sobre quantas contas foram vendidas por seu intermédio (89.407.856), o total de ativações no Brasil representa 0,08%.**

Outro dado colhido do laudo pericial é de que apenas 0,23% dos minutos de conta 99Telexfree ativadas foram efetivamente utilizados.

Os réus insurgem-se contra esta informação, alegando que o calculo foi realizado sobre o total das contas vendidas e não sobre o total das contas ativadas. Afirmam que a média de consumo era de 100 minutos por cada conta ativada. Além disso, consideraram irreal este dado e afirmaram que a quantidade de minutos utilizados crescia em 36% ao mês.

Porém, para exemplificar a informação, o assistente técnico dos réus apresentou dados das contas disponíveis entre os meses de março e maio de 2013, que revelam justamente o contrário, ou seja, neste período específico, houve redução do percentual de minutos utilizados face à quantidade de contas disponíveis. Em março de 2013 12,81% dos minutos disponíveis foram utilizados, enquanto em maio daquele mesmo ano apenas 11,19% o foram.

De toda sorte, mesmo analisando somente o curto período utilizado como exemplo pelos réus, ainda assim detecta-se que dentre as pouquíssimas contas que chegaram a ser ativadas, pouco mais de 10% dos minutos postos a disposição dos

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Vasconcelos, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003388 e CLAUDIA BERGAMASCO FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

usuários foram efetivamente utilizados.

Os réus argumentaram que os próprios peritos admitiram o alto consumo das contas 99Telexfree, ao afirmarem que o índice de 96,54% de contas ativas. Entretanto, a simples leitura do texto do laudo pericial deixa bastante claro que o índice citado representa apenas que do total de contas ativadas (12.445.235), 96,54% foram ativadas por clientes (11.889.784), isso ainda tomando por base a rede integral, não apenas a brasileira.

Extrai-se desta constatação, pautada nas informações do assistente técnico dos réus, primeiro, que **das 89.407.856 de contas vendidas por intermédio da empresa ré, apenas 0,08% foram ativadas,** e segundo, **em torno de apenas 10% dos minutos disponibilizados nas contas ativadas foram efetivamente utilizados**. Ainda assim os réus consideraram que houve verdadeiro sucesso na revenda das contas 99Telexfree.

Os dados dos peritos permitiram apurar que **o produto tinha muito maior aceitação em outros países**, ante a grande diferença entre o número de clientes ativos na rede global em comparação com a rede brasileira.

A explicação para a irrisória proporção de usuários das contas 99Telexfree pode estar na constatação da prova pericial no sentido de que há outros produtos similares no mercado, com preço e condições mais atrativas; porque a conta 99Telexfree garante apenas 10% de funcionalidade aos consumidores; estipula limite de tempo para uso dos 3.000 minutos; e restringe o uso para fins comerciais (quesito 3.1).

Os réus discordam de todos estes argumentos. Asseveram que a conta 99Telexfree tem melhor preço que suas concorrentes e justifica a limitação da funcionalidade, afirmando também que outras contas sequer garantem funcionalidade do serviço. Sustentam que a comunicação da através de voip representa futuro promissor no setor de telecomunicações. Porém, nenhum destes argumentos é capaz de afastar a constatação de que na prática o produto não teve aceitação no mercado. Foi pouquíssimo adquirido por consumidores diretos, pouquíssimo revendido pelos divulgadores e pouquíssimo utilizado por ambos.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO FERNANDO MARTINS JUNIOR – 11107220000095003388 e CLAUDIO HUMBERTO CAVALCANTE FRANCO – 11107220000095003388.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Registre-se que o estudo de viabilidade apresentado pelos réus nas pp. 979/1.024 concluiu que o custo da conta 99Telexfree é vantajoso para o consumidor que utiliza mais de 180 minutos por mês, enquanto os réus sustentaram que a média de consumo de suas contas é de apenas 100 minutos por mês. Ou seja, dentre os poucos que se utilizam da 99Telexfree, muitos ainda o fazem com prejuízo, já que teriam outras opções deste serviço no mercado, mais vantajosas.

Além disso, apesar de aparentemente algumas cláusulas contratuais fomentarem a comercialização das contas 99Telexfree, condicionando o pagamento de benefícios da rede à existência de contas ativas, a prova pericial também revelou que este cliente ativo pode perfeitamente ser o próprio divulgador (quesito 3.13).

No laudo complementar, inclusive, os peritos apontaram que dos 2.166.681 divulgadores cadastrados com CPFs válidos, 1.464.440 possuíam clientes com o mesmo CPF, ou seja, **67,58% dos divulgadores eram clientes deles mesmos** e certamente apenas porque criam que seria necessário manter contas ativas para angariar os beneficios da rede, haja vista o baixíssimo consumo dos minutos disponibilizados pelas contas ativadas.

Portanto, não é possível aferir-se a realidade da informação prestada pelos réus, no sentido de que o número de clientes era crescente, até porque eles mesmos admitiram que o próprio divulgador era cliente, pois ativava contas para obter a necessária qualificação para recebimento das bonificações da rede.

Em síntese, a rede Telexfree remunera preponderantemente pela postagem de anúncios e angaria recursos quase que exclusivamente através do cadastramento de pessoas, deixando bastante claro que sua atividade não se refere a marketing multinível, já que para tanto deveria remunerar preponderantemente pela venda de produtos e angariar recursos quase que exclusivamente também através da venda de produtos.

No caso da Telexfree, o produto é acessório para disfarçar o que realmente alimenta a rede – cadastramento de pessoas. É vendido basicamente apenas aos próprios divulgadores, quase não chegam aos consumidores finais e são pouquíssimo utilizadas.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélanio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE – 11107220000005003388 e CLAUDIA BERGAMASCO JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Reforça-se, portanto, a conclusão de que a compra dos kits 99Telexfree representa em verdade uma taxa de adesão, já que os números apresentados pelos próprios réus revelam que, diversamente do que se deveria esperar de uma rede de marketing multinível, as contas dos kits praticamente não foram revendidas ou utilizadas por ninguém, em clara demonstração de que a única utilidade das contas no negócio era fazer parecer que existia um produto que sustentava a rede Telexfree.

2.2.4.5) CARACTERÍSTICAS PIRAMIDAIS DA REDE TELEXFREE

Para contribuir na elucidação do segundo ponto controvertido da demanda, que versa justamente sobre se a atividade negocial da empresa ré configura pirâmide financeira ou marketing multinível, os peritos elaboraram um quadro comparativo entre as duas atividades, pautando-se em informações e conceitos colhidos no Boletim de Proteção do Consumidor/Investidor/CVM/Senacon; no "2014 Fraud Examiners Manual" (Manual dos Examinadores de Fraude); e na Nota Técnica 116 – Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor.

A partir da análise da literatura técnica acima relacionada, o laudo pericial mencionou que o marketing multinível possui produto ou serviço que é legitimamente comercializado, atraindo os consumidores pela sua utilidade. Em contrapartida, a pirâmide financeira pode ou não dispor de um produto ou serviço, mas caso o ofereça, o faz apenas para tentar legitimar a operação, pois não é utilizado, além de também não ser o foco da adesão, já que os participantes da rede são mais atraídos pelos benefícios gerados do que pela efetiva utilização do produto ou serviço disponibilizado, que não é realmente demandado pelo mercado, em razão de não ser viável, competitivo e/ou não possuir preço atrativo.

Percebe-se que é exatamente este o cenário visualizado em relação à rede Telexfree. Há oferta de um produto (conta 99Telexfree), mas tal produto é pouquíssimo utilizado, tomando-se como proporção a quantidade que foi vendida a clientes diretos e aos divulgadores (66.858.788) e a quantidade que foi realmente ativada (12.445.235), que representa 18,614% das contas ativadas na rede global.

Na rede brasileira a inserção do produto foi ainda pior, apenas 2.698.653 das

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO ... e CLAUDIA ... Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

contas foram ativadas, representando apenas 10,09%, lembrando-se que apenas 0,23% dos minutos disponibilizados nas contas ativadas foram efetivamente utilizados.

Conforme dados dos réus, o resultado também não foi positivo, pois informam que do total de contas vendidas diretamente ou em forma de kits (89.407.856), apenas 0,08% foram ativadas.

Também em relação à atratividade do produto disponibilizado na rede, restou apurado que a conta 99Telexfree era o último foco de interesse dos divulgadores, já que os rendimentos auferidos com a postagem de anúncios e com os novos cadastramentos eram superiores aos que obtiveram com a venda da 99Telexfree.

É incompreensível que um modelo que pretende se caracterizar como marketing multinível remunere a propaganda de seu produto praticamente na mesma proporção que remunera a venda, sendo exatamente isto que ocorre na rede Telexfree, já que a comissão de venda direta é de US$4,90, enquanto o pagamento pelos anúncios gera custo mínimo de US$4,00 (custo de uma conta 99Telexfree, apontado pelos réus).

Também é inconcebível o argumento dos réus de que a obrigação da empresa ré era oferecer e entregar o produto, sendo irrelevante a ideia de baixa utilização dos minutos para a configuração da pirâmide. Isto porque, o índice de efetiva utilização do produto é o melhor termômetro para aferição sobre o real papel do mesmo no negócio: se é o seu alicerce, ou apenas uma camuflagem.

Além disto, é inquestionável que o marketing multinível sobrevive graças ao consumo do produto e não apenas da venda no atacado aos revendedores. É preciso que haja uma rede de consumidores que justifique a existência de uma rede de revendedores, pois o consumo pode ser ilimitado e sustentar um negócio, novas adesões são limitadas.

Ainda no quadro comparativo entre pirâmide financeira e marketing multinível, a literatura anuncia que no primeiro costuma-se exigir pagamento inicial expressivo, utilizado para pagamento dos benefícios que o novo cadastramento gera aos demais membros da rede.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Frálenio Carvalho Leite, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE – 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI SANTOS.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.

No caso da Telexfree, este pagamento era exigido, através da compra dos kits AdCentral e AdCentral Family e do Fundo de Caução Retornável. Apurou-se que era justamente a receita oriunda da venda dos kits, ou seja, dos novos cadastramentos, que propiciava o pagamento dos benefícios da rede (98%). Em marketing multinível o financiamento dos benefícios pagos aos revendedores advém da venda dos produtos, **mas a rede Telexfree obteve apenas 0,63% de receita através das vendas da 99Telexfree** (quesito 1.14).

Os réus contra-argumentaram, afirmando que 94% de sua receita advém da comercialização dos produtos no atacado, no varejo e no pagamento de mensalidades. Afirmam que a rede não era sustentada por novas adesões, até porque estas se davam através da "Adesão Partner", que não gerava nenhuma remuneração ao divulgador indicante. Frisam que a venda de kits AdCentral e AdCentral Family não configura adesão, mas venda de produtos no atacado.

Equivocam-se no entanto os réus quanto ao que deve representar o membro de uma rede de marketing multinível. Conforme já explicitado no item 2.2.1, uma rede de venda direta é composta por revendedores de um determinado produto ou serviço. A rigor, estes revendedores podem até adquirir o produto no atacado, mas para revende-los e não para consumo próprio ou para os deixar guardados. O interesse em adquirir o produto no atacado seria talvez a possibilidade de ganhar descontos com essa operação, com a perspectiva de que a revenda gere lucro maior.

Entretanto, ficou provado que a motivação dos divulgadores para compra dos kits voip não era definitivamente a revenda, tampouco o uso próprio, mas sim a perspetiva de integrarem a rede para, assim, obterem rendimento através da postagem de anúncios e de novos cadastramentos, o que não se obtinha através da adesão partner. Trata-se em verdade de taxa de adesão, conforme já explicitado no item 2.2.4.2.

Outra característica do marketing multinível é que uma das formas de remuneração de seus integrantes advém do esforço de venda, através de comissionamento sobre vendas. Na pirâmide financeira percebe-se a veiculação de propaganda prometendo altos

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Kaseia de Freitas Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO FERNANDO MARTINS JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

ganhos em pouco tempo, sem muita informação a respeito do esforço de venda, havendo remuneração mais atrativa pela formação de níveis inferiores de novos membros, fazendo com que o integrante foque seu esforço no recrutamento de novos membros e não na venda do produto.

Também esta característica piramidal pode ser observada na rede Telexfree. A propaganda a que se refere o conceito técnico era veiculada através da postagem de anúncios na internet e também de carros e estabelecimentos comerciais onde eram realizados os cadastramentos. Grande parte estava realmente voltada a chamar a atenção para a oportunidade de negócio, com poucas ou até nenhuma alusão ao produto a ser vendido. Frisavam o lucro rápido e sem esforço, deixando clara a intenção dos anunciantes de angariar novos membros à rede e não propriamente em vender a conta voip.

Os réus alegaram que a propaganda do negócio era feita à revelia da empresa, que disponibilizava anúncios tratando precipuamente do produto oferecido. No entanto, é fácil entender a razão dos divulgadores descumprirem as disposições contratuais, focando esforço publicitário nas vantagens de se integrar a rede Telexfree e não nas vantagens de se consumir a 99Telexfree: obter o cadastramento de um novo divulgador lhes gerava vantagem financeira superior a que aufeririam obtendo um comprador para a conta Voip. Por isso cresceu rapidamente a rede de divulgadores, mas praticamente não existiu uma rede de consumidores.

Interessante frisar que a rede Telexfree criou um modo ainda mais atrativo que os novos cadastramentos para seus divulgadores obterem lucro, remunerando expressivamente a postagem dos anúncios. Entretanto, como a postagem dos anúncios, pior que os próprios cadastramentos, não gerava qualquer receita para a empresa ré e também não fomentavam a venda das contas 99Telexfree, a estratégia não teve o condão de descaracterizar a ilegalidade do negócio, contribuindo apenas para apressar sua insustentabilidade.

Outra característica de uma pirâmide financeira, diferente de uma rede de marketing multinível, é o esforço para mascarar a ilicitude do negócio, através de cláusulas contratuais que divergem da prática adotada para realização de pagamentos ou que tentam

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000005003388 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE RIBEIRO.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEA.

ocultar a real natureza do negócio.

Ambas circunstâncias são observadas no Regulamento Geral de Clientes e Divulgadores de Produtos, que foi o último contato vigente entre a empresa ré e os divulgadores. Constatou-se que a base de dados não contém elementos que evidenciam a conferência sobre a efetiva postagem de anúncios para geração de bonus ou recompra; houve remuneração acima de 22 ciclos binários diários; houve remuneração acima de 768 ciclos trinários diários; houve remuneração a residual de recompra acima do 6º nível; não há elementos na base dados que revelem o pagamento de *royalties*.

Um dos principais mecanismos utilizados pela rede Telexfree para tentar mascarar a ilicitude do negócio foi justamente agregar a conta 99Telexfree, fazendo com que a taxa de adesão parecesse uma compra no atacado e estimulando os próprios divulgadores a ativarem as contas, como forma de fazer parecer que o produto estava sendo consumido, quando em verdade não estava, já que a ativação da conta pelo divulgador se dava no interesse de obter qualificação e não na intenção de realizar chamadas a menor preço.

A literatura aponta que em redes de marketing multinível, cerca de 70% da remuneração dos seus membros decorre de venda direta do produto. No caso da Telexfree, no entanto, ficou demonstrado que a menor proporção dos rendimentos dos divulgadores é a que advém da venda das contas 99Telexfree. Conforme dados apresentados pelos próprios réus, as comissões de venda a varejo, venda de estoque e venda indireta representam em média 3,83% dos rendimentos dos divulgadores. A grande parte da remuneração decorre da recompra dos anúncios, representando em média 73,04% dos rendimentos totais.

Os peritos ainda mencionaram os ganhos escalonados e as transferências de recursos entre os membros da rede como características comuns às pirâmides financeiras. Apresentaram dados indicando que as duas atividades foram observadas na rede Telexfree.

Os réus insurgiram-se, demonstrando que em verdade havia membros mais recentes que angariavam benefícios na rede maiores que os mais antigos. Demonstraram também, com concordância dos peritos, que as transferências de recursos era admita livremente, independente da posição ocupada por quem transferia e quem recebia.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000095003380 e CLAUDIA BERGAMASCO JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

De todo modo, é importante frisar que o laudo pericial fez referências às características que comumente se observam em pirâmides financeiras e não a um rol de requisitos cumulativos necessários à caracterização do negócio ilícito. Por isso, ganhos escalonados, transferências de recursos e outros itens relacionados no laudo pericial não são imprescindíveis à formação de uma pirâmide, bastando para tanto que a fonte de sustento da rede advenha de recursos finitos, precipuamente do ingresso de novos membros, tornando-a insustentável.

A insustentabilidade da rede, aliás, é o que precipuamente a diferencia de um modelo de marketing multinível e sobre este aspecto tratará o item adiante.

2.2.4.6) INSUSTENTABILIDADE DA REDE TELEXFREE

A crucial diferença entre a pirâmide financeira e o marketing multinível gira em torno da sustentabilidade do negócio. Este último modelo é economicamente viável, na medida em que se alicerça na venda do produto e remunera seus distribuidores na proporção e com recursos oriundos da venda. Na pirâmide, ao contrário, a dependência de novas adesões para custeio dos benefícios a torna economicamente insustentável, pois a população é finita.

A análise pericial detectou que no mês em que foi proferida a decisão liminar sobrestando as atividades da empresa ré, o total das despesas da rede com anúncios e demais benefícios já era superior às receitas, indicando sinais de ruptura do ciclo financeiro da rede. **O gráfico da p. 80 do laudo pericial demonstra que desde o mês de dezembro de 2012 a receita da rede é inferior às despesas com benefícios e com anúncios**.

Os peritos ainda apresentaram um exemplo simples indicando a insustentabilidade da rede Telexfree. Admitiram o ingresso na rede de um divulgador Ad Central e outro AdCentral Family, o que de pronto geraria receita inicial de US$339,00 (50,00 + 289,00) para o membro AdCentral e US$1.425,00 (50,00 + 1.375,00) para o membro AdCentral Family. Admitiram ainda que ambos os novos divulgadores cumprissem fielmente o dever de postagem diária de anúncios, durante as 52 semanas do ano, o que lhes ensejaria bonificação de US$1.040,00 e US$5.200,00, respectivamente, a título da recompra dos anúncios, que era feita semanalmente ao preço de US$20,00 por cada conta. Assim, os novos

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO HENRIQUE – 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812316-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

membros da rede gerariam um prejuízo anual de US$701,00 e US$3.775,00, sem venderem uma úncia conta 99Telexfree.

A empresa perita realizou um estudo de viabilidade econômico-financeira da rede Telexfree, partindo do procedimento de Arbitramento, em razão da empresa ré não possuir memória de cálculo de formação do preço e/ou viabilidade econômica financeira dos produtos e serviços que compunham a rede, assim como também não dispor de relatórios de gerenciamento de risco de negócios. Foram apresentados quatro cenários, elaborados sob as seguintes premissas:

- consideraram a quantidade de membros da rede;

- período de 36 meses;

- a quantidade de divulgadores AdCentral (20,7%), AdCentral Family (58,2%) e Partner´s (21,1%) foi considerada conforme a base histórica de dados;

-limite máximo de participantes 200.000.000;

- desconsideram custos indiretos da rede, como despesas com pessoal, administrativas, consultoria, advogado, tecnologia, telefonia, dentre outras;

-pagamento de comissões e bonificações conforme condições contratuais e métricas observadas na base de dados, durante os 18 meses de operação;

- como fontes de receita foram consideradas entrada de novos membros por meio dos kits, renovação dos contratos através do pagamento do Custo de Reserva de Posição, compra mensal de minutos por divulgadores e partner´s para manutenção de conta ativa (todos os preços conforme contrato);

- *up grandes* conforme média histórica da base de dados;

- venda avulsa das contas dos kits, chamadas de conta contas estoque, geraram receita de 49,90;

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO HENRIQUE – 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ARRAES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

- receita de venda de conta não estoque, considerando que cada partner e divulgador que entra no mês venderia uma conta não estoque (para observar o comportamento relativo ao pagamento de comissões direta e indireta de não estoque);

- não foram considerados os limitadores contratuais das bonificações dos ciclos binários e trinários, pois na base de dados não foram observados elementos de aplicação dos limitadores;

- durante o período de operação da rede, em média 7,19% dos divugladores estariam qualificados;

- durante a operação da rede, observou-se que 2% dos participantes recebiam comissões direta e indireta. Esta mesma métrica foi considerada;

- divulgadores AdCentral ganhariam 4 contas por semana e os AdCentral Family 20 contas por semana, em razão da postagem periódica dos anúncios (no laudo complementar esclareceram que 4 e 20 contas referem-se ao que os divulgadores recebem em um mês e não em uma semana);

- o bônus dos anúncios foi calculado conforme o valor da recompra (US$20,00);

- a quantidade de participantes que receberiam as bonificações pelos anúncios foi observada na base de dados da Telexfree;

-consideraram que as contas não recompradas, mas revendidas pelos divulgadores, renderia comissão direta de 90%;

- consideraram os dados da rede de que 0,2% das contas dadas em pagamento pelos anúncios são revendidas, 92% são recompradas e 7,8% não são revendidas nem recompradas;

- a base não apresenta histórico de pagamento à Team Builder, por isso consideraram participação de 2% sobre o faturamento, multiplicado pela quantidade de Team

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000050038 e CLAUDIA MARGARETH MARTINS ANJOS.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

Builders;

- não consideraram a avaliação de caixa prevista na cláusula 13.2 porque os anúncios seriam um dos motivadores de adesão à rede (95% realizaram anúncios, 52% apenas realizaram anúncios).

Os réus discordaram da utilização do Arbitramento como alicerce para elaboração dos cenários de viabilidade econômico-financeira da empresa. Disseram que também realizaram este estudo, o qual consta nas pp. 979/1.024, elaborado por profissionais ligados à Fundação Getúlio Vargas. Mencionam que em janeiro de 2013 contataram a própria empresa perita para elaboração do estudo.

O documento de pp. 979/1.024 não está datado, mas faz referência em sua p. 30 a que tenha sido elaborado em 2013. Os réus admitem que almejaram a contratação da empresa perita para realização deste trabalho em 2013. Ou seja, não há dúvidas de que o modelo de negócio não foi objeto de estudo prévio de viabilidade e que a análise efetuada se deu apenas quando as atividades já estavam em curso e já haviam envolvido milhares de pessoas.

Os réus ainda apresentaram as seguintes críticas a respeito das premissas utilizadas pelos peritos para construção dos cenários de estudo da viabilidade financeira da rede:

1º) os peritos consideraram erroneamente que para divulgadores receberem comissão indireta até o 5º nível, precisam de apenas um cliente para se qualificar, quando são necessários cinco clientes ativos; os peritos desconsideraram que na qualificação do Team Builder o divulgador precisa ter cinco clientes ativos e os seus 10 divulgadores diretos precisam ter cada um cinco clientes ativos;

2º) os peritos consideraram erroneamente que os bônus indiretos de anúncios remuneram até o 5º nível da rede, quando em verdade remuneram até o 6º nível, conforme cláusula 6.1;

3º) os peritos desconsideraram os limites de pagamento dos bônus binários e

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Kaysa de Holanda Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000035000388 e CLAUDIA BERGAMASCO LOPES. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

trinários, pois não estavam sendo considerados pela empresa em razão de promoção, mas voltaram a ser em 09 de março de 2014;

4º) os peritos consideraram que em razão da postagem de anúncios o divulgador AdCentral recebe 4 contas voip por semana e o AdCentral Family 20 contas por semana, quando o correto são 1 e 5 contas por semana, respectivamente;

5º) os peritos consideraram que os divulgadores compram contas avulsas, mas em verdade os divulgadores compram contas apenas em kits;

6º) os peritos não levaram em consideração que o divulgador não recebe bônus binário pelo primeiro par indicado pessoalmente na rede;

7º) os peritos consideraram erroneamente que o partner recebe comissão de 90% pelas vendas que efetuar;

8º) os peritos consideraram que a participação de 2% sobre o faturamento deveria ser multiplicada pela quantidade de Team Builder, porém o rateio é para que os 2% sejam divididos entre os Team Builders;

9º) os peritos não apontaram em seus cálculos quantos são divulgadores AdCentral, AdCentral Family, Partners, clientes e quantos cada um destes efetuaram em vendas no atacado e no varejo;

10º) os peritos consideraram erroneamente que o partner adquire uma conta na sua adesão;

11º) os peritos desconsideraram a disponibilidade de caixa para recompra dos anúncios, conforme cláusula 13.2.

Porém, na maior parte dos pontos não assiste razão aos réus, senão vejamos:

1º) foi considerado o percentual médio de divulgadores qualificados para recebimento das comissões, o que inclui a quantidade de clientes ativos para recebimento das comissões indiretas e dos bônus Team Builder. Alem disso, o pagamento de comissões e bonificações foi estabelecido conforme condições contratuais e métricas observadas na base

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por WASSAIR DE FRANCA CARVALHO, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE REIS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEA.

de dados;

2º) a remuneração indireta decorrente da recompra de anúncios está disciplinada na cláusula 7.1, que prevê o pagamento do benefício até o 5º nível, tal qual foi considerado pelos peritos;

3º) os cenários foram criados conforme prática adotada pela rede, que algumas vezes divergia das disposições contratuais. Por isso foram desconsiderados os limitadores diários dos bônus binários e trinários, pois os réus admitem que não estavam sendo observados, sem que tenha sido expressamente anunciada a promoção a que se referiram;

4º) no laudo complementar os peritos esclareceram que em razão da postagem de anúncios consideraram que os divulgadores AdCentral e AdCentral Family receberam 4 e 20 contas por mês, não por semana, o que coaduna com as disposições contratuais;

5º) os divulgadores compram sim contas avulsas, até porque precisam manter contas ativas para estarem qualificados ao recebimento das bonificações da rede, uma vez que as contas dos kits não são computadas como conta "cliente" que qualifica para o recebimento das bonificações, conforme cláusula 5.9;

6º) não há disposição contratual que imponha a desconsideração do primeiro par para configuração de um binário;

7º) os peritos não atribuíram comissão de 90% a vendas realizadas por partners;

8º) a cláusula 6.1 dispõe que cada Team Builder tem direito ao recebimento de 2% da rede e não que este percentual seria dividido entre todos os Team Builders.

9º) os peritos informaram que utilizaram a base história dos dados para considerar a quantidade membros da rede, assim como a quantidade de divulgadores AdCentral (20,7%), AdCentral Family (58,2%) e Partner´s (21,1%);

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vanessa de Hélio Carvalho Leite, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107200000150038 e CLAUDIA BERGAMASCO FRANDANA MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

Assiste razão aos réus quando apontam que os peritos, erroneamente, consideraram que os partners adquirem uma conta ao ingressarem na rede (o que não conta com respaldo contratual, não havendo sido esclarecido se ainda assim era praticado na rede).

Também há equívoco nos modelos apresentados pelos peritos, pois consideraram que revenda de contas de estoque (aquelas contas que os divulgadores compraram em kits) geraria receita de US$49,90, haja vista que tais contas pertencem aos divulgadores, por isso o fruto da venda é integralmente dos mesmos, não gerando nenhuma receita à rede.

Os dois equívocos acima apontados não comprometem os cenários em desfavor dos réus, na medida em que representam apenas aumento de receita.

Quanto ao argumento de que os cenários elaborados pelos peritos não consideraram o teor da cláusula 13.2, mister salientar que os peritos pautaram-se na dinâmica prática da rede Telexfree, que em alguns aspectos se divorcia dos termos contratuais. Por isso, diante da constatação de que durante toda a existência da rede as contas dadas em pagamento pela postagem de anúncios foram recompradas por US$20,00, esta circunstância foi considerada nos cenários de viabilidade econômica.

Não obstante, em esclarecimento ao laudo pericial, os réus solicitaram a elaboração de cenários que comportassem a aplicação da cláusula 13.2, que lhes isenta da obrigação de recomprar a conta dada em pagamento pelas postagens de anúncios. Os cenários foram apresentados e serão comentados mais adiante.

Pois bem. Pautados nas premissas acima relacionadas, as quais se alicerçam na prática adotada pela rede e nas disposições contratuais (as premissas contêm dois equívocos que não comprometem os resultados em desfavor dos réus, já que ensejam receitas à rede), os peritos realizaram os seguintes cenários:

1º Cenário: considerou entradas lineares na rede, projetando em bases históricas as métricas de percentual de clientes ativos, qualificados, anúncios, etc. Considerou a formação de pares binários perfeita.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO FRANCISCO DA SILVA NETO - 111072200000350038 e CLAUDIO HUMBERTO CAVALCANTE DE ARAÚJO.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 16061244.

Resultado: a rede teria prejuízos a partir do 9º mês de atividades e consumiria toda sua sobra de caixa no 16º mês.

2º Cenário: o mesmo Cenário 1, mas considerando a formação do binário imperfeito, com rupturas de cerca de 60% na rede.

Resultado: a rede teria prejuízos a partir do 9º mês de atividades e consumiria toda sua sobra de caixa no 14º mês.

3º Cenário: considerou entradas históricas mensais na rede, durante os 18 meses de operação, e projetou nas bases históricas as métricas de percentual de clientes ativos, qualificados, anúncios, etc. Considerou a formação do binário imperfeito, com ruptura de cerca de 60% na rede. Considerou a interrupção das receitas a partir do 18º mês, testando a capacidade da rede cobrir suas obrigações até o final dos contratos existentes, sem novos entrantes e renovações.

Resultado: a rede teria prejuízos a partir do 9º mês de atividades e consumiria toda sua sobra de caixa no 14º mês.

4º Cenário: considerou entradas históricas na rede, durante os 18 meses de operação, após o que não entrariam mais divulgadores e clientes, apenas haveria renovações dos clientes e divulgadores já existentes. Considerou a formação de binários imperfeitos, com rupturas de cerca de 60% na rede.

Resultado: a rede teria prejuízos a partir do 9º mês de atividades e consumiria toda sua sobra de caixa no 24º mês.

5º Cenário: iniciou a partir do 18º mês da operação, partindo da situação real da distribuição de participantes na rede e da posição de caixa real daquele mês. Considerou a entrada linear de novos participantes, estimada com base na média histórica observada durante os meses de operação da rede. Considerou formação do binário imperfeito.

Resultado: a rede teria prejuízos a partir do 9º mês de atividades e consumiria toda sua sobra de caixa no 24º mês.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Fábrício Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000050038 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEE.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO ACRE
2ª Vara Cível da Comarca de Rio Branco

A síntese de todos os cenários estudados é a mesma e reflete a lógica de um modelo que remunera seus participantes sem qualquer proporção com as receitas que aufere: **em média a partir do 9º mês as despesas tornam-se maiores que a receita. No máximo em dois anos não há mais sobra de caixa para custeio das despesas**.

Os cenários corroboram a constatação fática de que desde o mês de novembro de 2012 as despesas da rede Telexfree superavam as receitas e que a desproporção entre ambas era crescente, em clara demonstração da insustentabilidade do negócio.

Saliente-se que a empresa ré não realizou qualquer estudo prévio de viabilidade do seu modelo de negócio. Aventurou-se a criar a rede, alardiando que se tratava de uma forma de marketing multinível para venda de contas voip, atraiu milhares de pessoas interessadas em retorno financeiro com pouco esforço de trabalho, mas sequer ela própria tinha elementos para avaliar o tempo de sustentabilidade da rede, embora tivesse clareza que o negócio era de fato insustentável, dada a evidente desproporção histórica entre as receitas e despesas geradas.

Apenas quando suas atividades já estavam a pleno vapor, contando com a participação de milhões de pessoas, foi que a empresa ré ocupou-se de estudar se seu negócio era econômica e financeiramente viável.

O estudo apresentado pelos réus nas pp. 979/1.024 indicou que a dinâmica contratual fomentava duas atividades distintas e complementares: indicação de novos membros (vendas no atacado) e venda de novas contas aos consumidores (vendas no varejo). A prática, no entanto, revelou que a atividade mais fomentada era mesmo a postagem dos anúncios.

O mesmo estudo apontou que nas vendas avulsas, 20% do valor das mensalidades é repassado para os divulgadores, 80% da receita pertence à empresa ré. No caso das vendas em kits, no primeiro mês, 112% da receita da venda é dos divulgadores, mas nos meses seguintes são distribuídos 22% de comissão sobre as mensalidades, restando-lhe todo o restante como lucro.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaciv2rb - Cível - Vara Cível, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000005003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

O estudo também apontou que como fruto de cada adesão AdCentral a empresa ré aufere lucro de US$234,32 e que cada adesão AdCentral Family rende lucro de US$1.100,00.

Porém, muito embora o estudo tenha concluído que as receitas eram suficientes ao custeio de todas as despesas, a realidade revelou o contrário, havendo sido constatado que, na prática, desde o mês de novembro de 2012 havia desequilíbrio entre receitas e despesas.

Tanto é assim que esse mesmo estudo admitiu que, em razão da falta de detalhamento das rubricas apresentadas no acompanhamento contábil da empresa, não lhe foi possível estimar o número de contas adimplentes que seria necessário para garantir a sustentabilidade financeira da rede a longo prazo, mas frisou que tal sustentabilidade demandaria um "número suficiente de contas ativas", enquanto a prática revelou que este número era irrisório.

Os réus ainda afirmaram que a sustentabilidade da rede Telexfree decorre de dois pontos básicos: o divulgador aufere receita advinda da compra de produtos por outos divulgadores apenas até o 5º nínvel e durante um ano, findo o qual deverá pagar 20% de sua receita para manter sua posição na rede. Não obstante, tais circunstâncias são insuficientes a preservar a sustentabilidade do negócio, que não se mantém precipuamente em razão de remunerar seus membros a partir de novas adesões.

Portanto, mesmo que a estrutura seja randômica e que não haja verticalização dos pagamentos, não é possível se manter da maneira como se propõe, já que para isso deveria bonificar seus membros a partir e na proporção das receitas oriundas das vendas das contas 99Telexfree e não de novas adesões.

Os réus também alegaram que ocuparam a segunda posição no ranking de empresas de marketing de rede no Facebook e, mesmo após a grave crise instaurada a partir da decisão liminar, o número de pessoas que "curtiram" sua página no Facebook aumentou, demonstrando sua excelente reputação no mercado. Também sustentaram que ocuparam a 31ª colocação de audiência de internet.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE – 11107220000035000388 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Não é de se estranhar que tantas pessoas estivessem satisfeitas com a atuação da rede Telexfree, haja vista que esta realmente distribuiu muitos recursos, a maior parte deles em razão apenas da atividade de divulgação de anúncios diários, o que não gera muito trabalho a quem realiza.

Porém, por certo que a satisfação dos divulgadores não pode servir como critério para aferição da licitude do negócio, até porque a pirâmide, por sua própria natureza, remunera muito bem antes de causar prejuízos, lembrando-se que felizmente o ciclo foi interrompido antes que a catástrofe se concretizasse.

Quanto ao elevado número de acessos à internet, também é facilmente explicado através da necessidade dos divulgadores acessarem a página virtual da rede Telexfree, para acessarem seus *back offices* e postarem seus anúncios diários. O acesso estrondoso da página, então, era feito pelos próprios divulgadores e não pelos consumidores das contas 99Telexfree.

2.2.4.7) CLÁUSULA 13.2: A RECOMPRA DOS ANÚNCIOS

Um grande foco de resistência dos réus à caracterização da rede Telexfree como uma pirâmide financeira está no argumento de que a recompra das contas dadas aos divulgadores em pagamento pelos anúncios postados na internet era opcional para a empresa e se efetivaria conforme sua discricionariedade, de acordo com o disposto na cláusula 13.2. Partindo desta premissa, procuram convencer que a suspensão da recompra dos anúncios poderia restabelecer a solvência da rede.

Os réus salientam que, em havendo a interrupção de novas Adesões Partner e vendas no atacado de kits AdCentral e AdCentral Family, ainda assim a empresa continuaria viável em razão do recebimento das mensalidades pagas pelos clientes de varejo, já que deixaria de existir a obrigação contratual dos bônus provenientes das vendas de atacado (Bônus Venda Direta Atacado, Bônus Binário, Bônus Trinário, Bônus *Royalties* e Bônus Team Builder), mantendo-se apenas o pagamento dos bônus sobre as vendas no verejo e mensalidade e as vendas no varejo (Bônus Anúncio Direto e Indireto, de acordo com seu caixa livre, Bônus Venda Varejo e Bônus Venda Indireta no Varejo).

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO HENRIQUE – 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

Contudo, o argumento não convence. Primeiro porque a prova pericial mostrou que 95% dos divulgadores realizavam anúncios, enquanto 52% auferiam rendimentos apenas em razão dos anúncios. Ou seja, **a quase totalidade dos divulgadores estava atraída pela recompra das contas dadas em pagamento pelas postagens dos anúncios**, até porque esta era a atividade mais lucrativa da rede. Além disso, **mais da metade dos divulgadores estava interessada apenas nesta recompra**, em claríssima demonstração de que este benefício era a maior atração à rede.

Assim, a partir do momento em que os anúncios deixassem de ser recomprados pela empresa ré, haveria grave ruptura no ingresso de novos membros à rede. Consequentemente, como a venda dos kits de contas era a principal fonte de custeio de todas as bonificações, estas últimas também estariam comprometidas, o que apenas abreviaria o fim da pirâmide, cujo único e inevitável desfecho é a quebra.

Ademais, mesmo admitindo-se que a ausência de novas adesões à rede dispensaria a empresa ré do pagamento das bonificações oriundas das novas adesões, não é possível concordar com a conclusão de que a rede continuaria suntentável através das vendas de contas no varejo ou do pagamento de mensalidades, haja vista, **primeiro**, que tais vendas no varejo são irrisórias face à disponibilidade de contas à venda; **segundo**, que os próprios divulgadores já teriam milhões de contas 99Telexfree para revenda, adquiridas nos kits, com perspectiva de rentabilidade maior do que a venda a verejo, sem que isso significasse qualquer receita à empresa ré; **terceiro**, que os divulgadores poderiam revender as contas que ganham postando anúncios, auferindo integralmente a receita da venda; e **quarto**, que o consumo das contas é diminuto, portanto não há receita relevante oriunda de mensalidades, até porque os divulgadores (principais "clientes") já não precisariam ativa-las para angariar qualificação.

Em resumo, partindo-se do pressuposto que a empresa ré deixasse de recomprar as contas dos anúncios e da constatação de que tal postura certaria inibiria consideravelmente novos ingressos à rede, a ruptura da estrutura seria certa e inevitável.

Os réus insistiram na elaboração de cenários de viabilidade econômico-financeiro que contemplasse a disposição da cláusula 13.2, embora a mesma nunca tenha sido

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE – 11107220000095003800 e CLAUDIA BERGAMASCO FRANDEMARCHI ANJOS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

observada na prática, já que apesar da crescente desproporção entre suas receitas e suas despesas, a empresa ré sempre optou por recomprar as contas dadas em pagamento pelos anúncios, ao preço de US$20,00.

Os cenários solicitados pelos réus foram apresentados no laudo pericial complementar.

Os peritos apresentaram as razões pelas quais consideravam inadequado considerar a hipótese das contas dadas em pagamento pelos anúncios não serem recompradas pela empresa ré, em face do que os réus se insurgiram fortemente, alegando que tal análise não cabe aos peritos e que ao assim procederam os mesmos demonstraram parcialidade e até praticaram crimes.

No entanto, não merecem guardia as insurgências dos réus, pois compete sim aos peritos informar ao juízo sobre todos os desdobramentos das análises realizadas.

No ponto específico, dessumem-se do laudo complementar os esclarecimentos dos peritos das razões pelas quais não consideraram a incidência da cláusula 13.2 nos cenários apresentados no primeiro laudo. O melhor dos argumentos é justamente o que foi utilizado como premissa sobre todos os demais aspectos por ocasião da elaboração dos cenários de viaibilidade econômico-financeira da rede Telexfree: a prática adotada na rede, que nem sempre coincidia com as disposições contratuais.

O objetivo da elaboração dos ditos cenários era justamente avaliar se a rede Telexfree, conforme a dinâmica que de fato empreendia, era sustentável. Para tanto, o que se deveria observar eram as práticas cotidianas da rede, dentre as quais sempre esteve presente a recompra dos anúncios pela empresa ré, por US$20,00.

De qualquer modo, **foi bastante bastante válida a insistência dos réus na elaboração de modelos que contemplem a incidência da cláusula que admite à empresa ré a opção de não recomprar as contas, para que não reste nenhum dúvida acera da insustentabilidade da rede, mesmo aplicando-se todas as disposições contratuais.**

Os novos cenários foram construídos sob as mesmas premissas do primeiro,

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000095000388 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE FIGUEIREDO.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

com exceção apenas da não recompra dos anúncios dados em pagamento.

Os peritos consideraram que esta pratica ensejaria um acúmulo de dívida em relação aos divulgadores que solicitaram a recompra, mas não a obtiveram. Porém, a disposição da cláusula 13.2 não dá margem a que os divulgadores tenham expectativa de recompra das contas recebidas em pagamento pelos anúncios, já que a recompra era opção da empresa ré e não gerava expectativa de qualquer outro direito ao divulgador, que por disposição contratual já estava remunerado pelos anúncios realizados através das contas recebidas.

Foram elaborados quatro novos cenários, sob os mesmos critérios dos quatro primeiros apresentados no laudo pericial. Todos indicaram a existência de caixa livre da empresa ré, caso não fossem recompradas as contas dadas aos divulgadores em pagamento pelos anúncios.

Não obstante, não se pode olvidar para o fato de que o pagamento dos anúncios através de contas também gera despesa à rede, uma vez que, conforme cálculos dos réus (com os quais os peritos discordam), cada conta lhe representa custo de US$4,00, tomando por base o custo do minuto (US$0,04) e a média de minutos consumidos nas contas ativadas (100).

Os peritos não desconsideraram este custo. Por isso, elaboraram um quinto cenário, pautado nas mesmas premissas do segundo (entradas lineares na rede, projetando em bases históricas as métricas de percentual de clientes ativos, qualificados, anúncios, etc. Considerou a formação de pares binários imperfeita com rupturas de cerca de 60% na rede). Consideraram o custo de cada conta conforme apontado pelos réus (US$4,00), embora considerem que o custo das contas é superior a este montante.

Concluíram, assim, que mesmo aplicando-se a disposição contratual que isenta a empresa ré de recomprar as contas dadas em pagamento pelos anúncios, haveria déficit no caixa da empresa na ordem de US$193.000.000,00, correspondentes à diferença entre o caixa livre obtido através da não recompra das contas e o custo que as contas dadas aos divulgadores lhe trariam.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO HENRIQUE – 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Sublinhe-se que neste cenário não foi considerada a ruptura que certamente haveria nos novos ingressos na rede, em caso da empresa ré optar por não recomprar as contas dadas em pagamento pelos anúncios, o que afetaria diretamente a principal fonte de receita da empresa, que advém do cadastramento de pessoas.

Vale lembrar que 95% dos divulgadores realizavam anúncios e que esta atividade era a única realizada por 52% dos membros da rede Telexfree.

Os réus apontam equívoco nesta informação, argumentando que a soma dos dois percentuais ultrapassa 100% e que o calculo foi realizado sobre número incorreto de divulgadores (3.985.081), já que a própria Promotora de Justiça que atua na ação admitiu que a rede tinha cerca de 1.300.000 de divulgadores.

Entretanto, não prosperam tais insurgências, haja vista que os dois percentuais (95% e 52%) não devem ser somados e que os réus não apontaram qual seria o percentual correto daqueles que realizam anúncios e dos que só fizeram isto.

Em face dos resultados dos últimos cenários elaborados pelos peritos, os réus argumentaram que os mesmos erraram mais uma vez, pois: 1º) consideraram nos cenários o período de 36 meses, quando os contratos com os divulgadores eram apenas de doze meses; 2º) as contas dadas aos divulgadores em pagamento pelos anúncios destinavam-se à venda, não ao uso próprio. Por isso, para que gerassem o custo de US$4,00 precisariam ser vendidas, o que lhe geraria receita de US$49,90, garantindo a saúde financeira da rede; 3º) os peritos informaram que não foi praticável o exame sobre a rede completa; 4º) os peritos informaram que nos cenários elaborados não consideraram os bônus e comissões, o que compromete os resultados; 5º) os cenários foram elaborados com base em contratos que já não estavam vigentes.

Mais uma vez sem razão:

1º) Os novos cenários foram elaborados sob as mesmas premissas gerais que os primeiros, havendo sido incluído como fonte de receita o Custo de Reserva de Posição, pago a cada doze meses pelos que permanecem na rede.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fábienio Carvalho Lopes, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUATHIER CARVALHO DE FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

2º) É absolutamente descabida a ideia de que as contas dadas aos divulgadores em pagamento pelos anúncios destina-se apenas à venda e não ao uso próprio, assim como a tese de que para que esta conta gere o custo de US$4,00 precisa ser ativada, ensejando receita à empresa ré no valor de US$49,90.

Em primeiro lugar, não há nenhuma disposição contratual que impeça os divulgadores de ativarem as contas que recebem em pagamento pelos anúncios, utilizando-as eles mesmos. Ao contrário, o divulgador está expressamente autorizado a ativar suas contas, conforme cláusula 9.1.1

Em segundo lugar, as contas dadas aos divulgadores em pagamento pelos anúncios pertencem aos próprios divulgadores, a quem cabe a opção de usar ou vender. Em qualquer caso, porém, não haverá nenhuma receita à empresa ré, pois se a conta é do divulgador, não há porque o mesmo pagar pela ativação, e se for vendida, o fruto da venda é exclusivo do divulgador e, inclusive, não gera nenhuma bonificação à rede.

Se o próprio divulgador optar por utilizar a conta, não há razão para que ele pague mensalidade, já que pode obter a manutenção do serviço através da ativação das outras contas que continuaria ganhando "de graça", apenas pelo trabalho de postar anúncios diários.

Se o divulgador revender as contas que obteve através das postagens de anúncios, também certamente trabalhará o convencimento de seu cliente para que continue a lhe comprar novas contas mensalmente, e não a pagar mensalidade da primeira conta ativada, pois na primeira hipótese o divulgador recebe integralmente o fruto da venda (US$49,90), já que não teve nenhum gasto financeiro para obter aquela conta, enquanto na segunda receberia apenas comissão de 10%, que sequer consta expressamente no contrato. Para o cliente o preço final seria o mesmo.

Ademais, deve-se também considerar a hipótese de que o cliente que estivesse verdadeiramente interessado em consumir a 99Telexfree, poderia comprar um kit com dez contas, tornando-se um divulgador AdCentral, consumi-las em dez meses (sem pagar mensalidades, ativando uma conta por mês) e ainda obter dezenas de outras através de suas postagens semanais de anúncios. Calcula-se que gastaria inicialmente US$339,00 (kit

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000095003388 e CLAUDIA BERGAMASCHI FRANDEMARCHI. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

AdCentral + Adesão Partner), garantiria seu consumo durante dez meses e ainda teria a possibilidade de ganhar mais 52 contas no período de um ano, ou seja, poderia usufruir do serviço por muitos meses, sem precisar pagar nada por eles, gerando apenas custo à empresa.

3º) Para amparar o argumento usado insistentemente de que os cenários foram elaborados pelos peritos sem que estes tenham analisado integralmente a rede, os réus fazem referência à p. 18 do laudo complementar.

Porém, a simples leitura do trecho citado não deixa nenhuma dúvida de que os peritos estavam fazendo referência aos ganhos escalonados, afirmando que não analisaram toda a rede para avaliar se os membros superiores da rede sempre recebiam maiores rendimentos que os membros inferiores.

Para elaboração dos cenários, no entanto, os peritos avaliaram todas as circunstâncias apresentadas nas premissas sobre as quais os alicerçaram e que foram relacionadas linhas acima.

4º) Para amparar o argumento de que os cenários elaborados pelos peritos não levaram em consideração os bônus e comissões pagos aos divulgadores, os réus fazem referência a um trecho do laudo pericial que se referia exclusivamente aos *royalties*, justificando que não foram aplicados em razão de nunca haverem sido pagos, conforme aliás admitiram os réus, alegando falha no sistema.

Todos os demais bônus e comissões incidentes na rede foram considerados, nos termos das premissas já citadas.

5º) Em nenhum momento os peritos afirmaram que os cenários de viabilidade econômico-financeira da rede Telexfree foram pautados nos contratos anteriormente celebrados com os divulgadores. Foi dito apenas que historicamente havia a recompra das contas dadas em pagamento pelos anúncios, inclusive por força de cláusulas dos contratos já não vigentes.

A conclusão que se extrai da cláusula 13.2 a partir de todo este arrazoado é a mesma que já havido sido vislumbrada quando da análise dos fatos e das provas sob juízo

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaiseir de Fábrício Carvalho e é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE – 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARIDA FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

sumário de cognição, por ocasião da sentença proferida nos autos da ação cautelar preparatória à presente ação coletiva.

A cláusula 13.2 do contrato que disciplinava as relações entre os divulgadores e a empresa ré foi engenhosamente elaborada para possibilitar o disfarce da rede piramidal até o seu desfecho final. Quando a rede atingisse seu limite máximo de novas adesões, cessaria a fonte de financiamento das bonificações da rede, mas cessaria também o dever de pagamento da maior parte das bonificações, atreladas que estavam aos novos cadastramentos (novas adesões, Team Builder, binários, trinários, *royalties*). Não cessariam, no entanto, o dever de bonificar as vendas avulsas e de recompensar a atividade dos anúncios. A empresa sabia, por certo, que praticamente não haveria venda de contas avulsas, dado ao volume de contas já disponibilizadas aos divulgadores (através dos kits), que poderiam revende-las, lucrando mais. Restaria então a pendencia dos anúncios, brilhantemente solucionada através da aplicação de uma regra que sempre este disposta no contrato, mas que nunca despertou a atenção dos divulgadoes, face à histórica e rentável recompra das contas. **No final de tudo, ninguém teria mais o que receber, mas também não teria o que cobrar da empresa ré, amparada que estava pela disposição contratual.**

Os réus poderiam argumentar que nestas circunstâncias a recompensa pelos anúncios continuaria a ser dada através das contas semanais. O cenário então seria o seguinte: não haveria novas adesões, pois já não haveria a grande atração gerada pela recompra das contas ou mesmo porque já não haveria quem se cadastrar; semanalmente os divulgadores receberiam contas com potencial de despesa de US$4,00; se estas contas fossem ativadas, a empresa ré realizaria a despesa, sem haver aferido qualquer receita. Até quanto a empresa poderia sustentar o custo destas contas?

Não se deve esquecer que se chegasse a este ponto, os divulgadores poderiam optar por tentar reaver os valores pagos pelos kits de conta e pelo Fundo de Caução Retornável, revendendo as contas que teriam aos milhões. Viu-se que enquanto lucravam com a recompra dos anúncios e com os benefícios da rede, estas contas ficaram segregadas ao último plano, portanto, não geraram o custo de US$4,00 porque a grande maioria não foi

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaiseir de Fátima Oliveira Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000035000388-GUATHER BERGAMASCHI FRANDEMARGES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

ativada. Então, quando já cessada a principal fonte de receita, além de arcar com os custos das contas que continuará distribuindo aos divulgadores pelos anúncios, a empresa ré poderia ter que arcar com o custo das outras milhões de contas que poderiam ser revendidas pelos divulgadores, sem auferir qualquer receita, pois conforme dito estas contas pertencem aos divulgadores e sendo ativadas só estes receberão o fruto da venda.

Não se pode esquecer que a sustentabilidade que se avalia é a da própria rede Telexfree e não da empresa ré ou da empresa americana com a qual mantém estreitas relações, inclusive com identidade societária. Por isso, o custo decorrente da utilização das contas 99Telexfree deve ser considerado nesta análise, ainda lembrando-se da simbiose entre as duas empresas, constatada pela Receita Federal, que apurou que os valores em tese devidos à Telexfree americana sequer eram enviados à mesma, sendo administrados pela empresa ré, sem qualquer distinção com seus próprios recursos.

Os réus poderiam ainda argumentar que se tudo isso ocorresse, os divulgadores ainda teriam como reaver os valores pagos para o ingresso na rede, revendendo suas contas, até porque o próprio laudo pericial concluiu que é possível reaver os valores pagos por este meio (quesito 7.2).

Contudo, neste aspecto o laudo pericial pautou-se na falsa premissa de que esta revenda gera ao divulgador comissão de 90% do valor de face da conta, ou seja, US$44,91. Porém, como os divulgadores AdCentral e AdCentral Family compraram as contas ao preço de US$28,90 e US$27,50, respectivamente, receberão pela revenda apenas a diferença entre estes montantes e o preço de face do produto (US$49,90), ou seja, US$21,00 e US$22,40.

Assim, se revender suas dez contas, o divulgador AdCentral auferirá US$210,00. Se revender suas cinquenta contas, o divulgador AdCentral Family auferirá US$1.120. Nenhum deles reaverá o que pagou para ingressar na rede, lembrando que nesta operação de revenda a empresa ré não aufere nenhuma receita e também que não há disposição contratual que lhe imponha o dever de comissionar o pagamento das mensalidades, fazendo cair por terra também o estudo apresentado pelo réu nas pp. 979/1.024.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000005003 e CLAUDIA BERGAMASCO ANDRADE. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Como, porém, o laudo pericial mencionou que o fruto das vendas das contas estoque seria revertido à empresa ré, que pagaria comissão de 90% aos divulgadores, especula-se a possibilidade de que, a despeito das disposições contratuais, era esta a efetiva prática da rede. Se era assim então, fica apenas reforçada a conclusão já exarada, no sentido de que a compra dos kits de conta era apenas um disfarce da verdadeira natureza do pagamento, que certamente se referia a uma taxa de adesão.

Em outras palavras, no contexto citado, uma vez que a venda das contas de estoque geravam receita à empresa ré e comissão ao divulgador, outra conclusão não resta senão a de que as contas pertenciam mesmo à empresa. Neste caso, o valor que o divulgador pagou pelo kit não contemplava a conta, mas apenas a taxa de adesão à rede.

Os réus ainda apresentaram um exemplo formulado por seu assistente técnico, simulando qual seria o desempenho da rede caso uma pessoa indicasse um partner e cada partner indicasse outros dois, que se tornariam divulgadores AdFamily e cada qual realizaria cinco vendas avulsas. O resultado indicou que o total das receitas seria superior ao total das despesas, entre as quais foi incluída a recompra das contas decorrentes dos anúncios.

Entretanto, o exemplo também não serve ao fim a que se destina, pois parte da falsa premissa de que um divulgador realizaria mais vendas avulsas do que promoveria novas adesões.

Conforme dito, o exemplo considerou que cada partner, uma vez promovido a divulgador, cadastraria dois novos divulgadores e realizaria cinco vendas avulsas. Porém, a prova pericial revelou que, na prática, pautados nas perspectivas de maiores rendimentos, os divulgadores fizeram em média três cadastramentos e venderam apenas 1,36 contas avulsas.

Assim, tomando-se por base a constatação de que os divulgadores realizaram o dobro de cadastros do que de vendas, até porque os novos cadastros ensejam mais bonificação do que as vendas avulsas, o exemplo que pressupõe o contrário não tem valia para demonstrar a sustentabilidade da rede.

Portanto, afastadas as críticas dos réus quantos aos cenários de viabilidade

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fábrício Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000095003380 e CUTHIBERCA ERRE FRANDEMARCIA SANTOS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

econômico-financeira da rede Telexfree, mesmo ao que considerou a incidência da cláusula 13.2, resta insuperável a constatação de que o modelo é mesmo piramidal, portanto, insustententável e ilícito.

2.2.4.8) CONCLUSÕES FINAIS

A síntese de tudo o que foi extraído das provas produzidas nos autos e dos argumentos apresentados por todas as partes é a de que a rede Teelxfree é uma pirâmide financeira e não uma rede de marketing multinível.

Não resta dúvida de que o modelo praticado era insustentável e que, inclusive, **já dava sinais de ruptura quando foi abortado por decisão judicial**.

Não se questiona que a rede dispunha de um produto, mas ficou demonstrado que não era o fruto da venda do mesmo que financiava o pagamento dos benefícios da rede.

A fonte predominante de receita da rede eram os pagamentos realizados pelos novos membros, disfarçados sob o manto de venda de produtos no atacado, mas que representavam realmente uma taxa de adesão.

Sendo assim, **considera-se suficientemente provado o fato constitutivo do direito pleiteado pelo autor,** que neste caso atua como substituto processual não apenas dos divulgadores como também da coletividade em geral, que potencialmente corria o risco de ingressar na pirâmide e sofrer prejuízo financeiro, o que por certo abalaria a ordem econômica em geral.

2.3) NULIDADES DOS CONTRATOS: OBJETO ILÍCITO E SIMULAÇÃO

O autor postulou a declaração de nulidade de todos os contratos firmados entre a empresa ré e os divulgadores, afirmando que são nulos em razão da ilicitude do objeto e da simulação, uma vez que os contratos versaram sobre uma pirâmide financeira, travestida de marketing multinível.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélio Carvalho Leite, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000095003388-GUATHER RIBEIRO CAVALCANTE FRANDEMARCIO DE ALMEIDA.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO ACRE
2ª Vara Cível da Comarca de Rio Branco

Os contratos firmados entre a empresa ré e os divulgadores são negócios jurídicos e, como tais, sujeitam-se aos requisitos de validade expostos no art. 104 do CC:

> Art. 104. A validade do negócio jurídico requer:
>
> I – agente capaz;
>
> II – **objeto lícito**, possível, determinado ou determinável;
>
> III – forma prescrita e não defesa em lei.

Os arts. 166, II, e 167, por sua vez, preceituam:

> Art. 166. É nulo o negócio jurídico quando:
>
> II – **for ilícito**, impossível ou indeterminado **o seu objeto**.
>
> Art. 167. **É nulo o negócio jurídico simulado**, mas subsistirá o que se dissimulou, se válido for na substância e na forma.
>
> § 1º. Haverá simulação nos negócios jurídicos quando:
>
> I – aparentaram conferir ou transmitir direitos a pessoas diversas daquelas às quais realmente se conferem, ou transmitem;
>
> II – contiverem declaração, confissão, condição ou cláusula não verdadeira;
>
> III – os instrumentos particulares forem antedatados, ou pós-datados.

A respeito dos negócios jurídicos, de seus requisitos de validade e de sua invalidade, Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald lecionam:

> "Assim, o negócio jurídico (*Rechtsgeschaft*) é o acordo de vontades, que surge da participação humana e projeta efeitos desejados e criados por ela, tendo por fim a aquisição, modificação, transferência ou extinção de direitos. Há, nesse passo, uma composição de interesses (é o exemplo típico de contrato), tendo a declaração de vontades um fim negocial"[4]
>
> "A partir dessa ideia, podemos organizar a estrutura do negócio jurídico da seguinte forma:
>
> *i) plano da existência*, relativo ao *ser*, isto é, à sua estruturação, de acordo com a presença de elementos básicos, fundamentais, para que possa ser admitido, considerado;
>
> *ii)* ***plano da validade*****, dizendo respeito à aptidão do negócio frene ao ordenamento jurídico para produzir efeitos concretos**;
>
> *iii) plano da eficácia*, tendo pertinência com a sua capacidade de produzir, desde logo, efeitos jurídicos ou ficar submetido a determinados elementos acidentais, que podem contem ou liberar tal

[4] FARIAS, Cristiano Chaves. Rosenvald, Nelson. Direito Civil, Teoria Geral, 8ª edição, 2ª triagem. Rio de Janeiro, 2010, Editora Lúmen Juris, p. 511.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vanessa de Freitas Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000005003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

eficácia."[5]

"Assim, qualificando os elementos existenciais, **tem-se como requisitos da validade do negócio jurídico**, a partir da leitura do art. 104 do Código Civil:

i) agente capaz;

ii) **objeto lícito**, possível, determinado ou determinável;

iii) forma adequada (prescrita ou não defesa em lei);

iv) vontade exteriorizada conscientemente, de forma livre e desembaraçada."[6]

"**A nulidade viola interesses públicos, cuja proteção interessa a todos, à própria pacificação social.**"[7]

A constatação de que os contratos firmados entre a empresa ré e os divulgadores têm por objeto a participação em uma pirâmide financeira torna evidente a invalidade de todos estes negócios jurídicos, tendo em vista que objeto ilícito é aquele contrário à lei e que pirâmide financeira é ato ilícito e criminoso, capitulado como crime contra a economia popular (art. 2º, IX, da Lei nº 1.521/51).

Quanto à tese de que os contratos firmados entre a empresa ré e os divulgadores são nulos em razão da simulação, algumas ressalvas devem ser colocadas.

Na lição de Washington de Barros Monteiro, simulação "caracteriza-se pelo intencional desacordo entre a vontade interna e a declarada, no sentido de criar, aparentemente, um ato jurídico que, de fato, não existe, ou então oculta, sob determinada aparência, o ato realmente querido."[8] E arremata:

"**Entretanto, o que verdadeiramente caracteriza a simulação é o seu conhecimento pela outra parte, sendo apenas ignorada de terceiros**. Distingue-se, pois, do dolo, em que somente um dos interessados conhece a maquinação. O dolo é sempre urdido contra uma das partes, quer pela outra parte, quer por terceiro. **A simulação, ao contrário, é *entente* de ambas as partes contra terceiro**.

Por outras palavras, no dolo, uma das partes é enganada pela outra; **na simulação, nenhuma das partes é iludida; uma e outra têm**

[5] *Op. Cit.* P. 524.
[6] *Op. Cit.* P. 528.
[7] *Op. Cit.* P. 534.
[8] MONTEIRO, Washington de Barros. Curso de Direito Civiol, parte geral. São Paulo: 2000, Editora Saraiva, p. 217.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaseir de Freitas Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO HENRIQUE FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

conhecimento da burla, elvada a efeito para ludibriar terceiro."[9]

Vê-se que a simulação caracteriza-se pelo acordo de vontade entre as partes, de modo que todas tenham ciência de que a vontade declarada no negócio jurídico diverge da vontade real. Contudo, considerando que a presente ação é coletiva e que são milhares os divulgadores, é impossível aferir se todos eles de fato estavam cientes de que os contratos que firmaram com a empresa ré, embora aparentassem uma roupagem de marketing multinível, representavam uma pirâmide financeira.

Assim, ante a absoluta impossibilidade de se aferir o elemento volitivo de cada um dos que contrataram com a empresa ré, resta inviável a conclusão de que tais contratos foram simulados.

De toda sorte, está perfeitamente caracterizado que todos os contratos tinham objeto ilícito, o que basta para que sejam declarados nulos, nos exatos termos do art. 166, II, do CC, devendo-se restabelecer as partes ao estado em que antes se achavam (art. 182, CC):

> Ação anulatória c/c Indenizatória. Contrato que traz sistemática conhecida como "pirâmide". Prática legalmente vedada e que constitui crime contra a economia popular (art. 2º, IX, da Lei nº 1.521/51). Negócio jurídico nulo (art. 166, VII, do Código Civil). Retorno das partes ao status quo ante. Dano material equivalente aos valores desembolsados e frutos civis (remuneração da poupança) que o autor deixou de perceber. Apelo provido. (TJSP, Apelação 0003143-31.2008.8.26.0191, Relator(a): Rômolo Russo, Órgão julgador: 11ª Câmara de Direito Privado, Data do julgamento: 09/05/2013).

2.4) CONSEQUÊNCIAS DA NULIDADE DOS CONTRATOS

Sendo nulos os negócios jurídicos firmados entre os divulgadores e a empresa ré, todos devem ser restabelecidos ao estado em que antes se achavam ou, em não sendo possível, devem ser indenizados com o equivalente, conforme lição do art. 182 do CC.

Neste diapasão, a empresa ré deverá restituir a cada um de seus divulgadores AdCentral os US$50,00 recebidos a título de Fundo de Caução Retornável e os US$289,00

[9] *Op. Cit*. Pp. 217/218.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por WANDERLEI FRANCISCO CARVALHO, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUATHIER CARVALHO FRANCISCO. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

recebidos pelas 10 contas 99Telexfree. Deverá, também, restituir a cada um dos seus divulgadores AdCentral Family os US$50,00 recebidos a título de Fundo de Caução Retornável e os US$1.375,00 recebidos pelas 50 contas 99Telexfree. A cada um de seus partners a empresa ré deverá restituir os US$50,00 recebidos a título de Fundo de Caução Retornável.

Os divulgadores AdCentral, por sua vez, deverão devolver à empresa ré as 10 contas 99Telexfree que receberam, assim com os divulgadores AdCentral Family deverão devolver as 50 contas 99Telexferee, como forma de evitar-se enriquecimento ilícito aos mesmos.

Se os divulgadores ativaram as contas, deverão ser abatidos de seus créditos os valores pagos pelas contas que não puderem restituir, ou seja, US$28,90 dos divulgadores AdCentral e US$27,50 dos divulgadores AdCentral Family.

Dos valores a serem restituídos pela empresa ré aos divulgadores deverão ser abatidos os montantes que estes auferiram a título de qualquer bonificação da rede Telexfree.

Dos valores a serem restituídos pela empresa ré aos partners deverão ser abatidos os montantes que estes auferiram a título de comissão de vendas.

2.5) OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER: NÃO FIRMAR NOVOS CONTRATOS

O autor postulou que, além de serem declarados nulos todos os contratos firmados entre a empresa ré e os divulgadores, seja a primeira também impedida de celebrar novos contratos, sob pena de multa por cada novo contrato firmado, o que deve ser acolhido por ilação lógica a todas as conclusões anteriores, pois se reconheceu que o contrato em questão tem objeto ilícito e, por isso, não pode voltar a ser reproduzido, sob pena de ensejar prejuízo àqueles com quem for contratado e a toda a coletividade, haja vista que as pirâmides financeiras comprometem a ordem econômica.

Destarte, deve-se condenar a empresa ré à obrigação de não celebrar novos

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaciseir de Fraiberio Carvalho Neto, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107200000050038 e CLAUDIA BERGAMASCO JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

contratos sob os mesmos termos do Regulamento Geral de Clientes e Divulgadores de Produtos e dos contratos que o antecederam, sob pena de pagamento de multa de R$100.000,00 (cem mil reais) por cada novo contrato celebrado (art. 461, § 4º, CPC).

2.6) DANOS MATERIAIS E INDENIZAÇÃO PELAS BONIFICAÇÕES PROMETIDAS

O autor também pleiteou a condenação da empresa ré ao pagamento de indenização pelos danos materiais causados a cada divulgador e, caso ainda haja saldo remanescente, que a empresa também seja instada a pagar as bonificações que prometeu aos divulgadores.

Dano material compreende dano emergente (perda econômica), lucro cessante (o que se deixou de auferir) e perda de uma chance (oportunidade dissipada).

A nulidade dos contratos firmados entre os divulgadores e a empresa ré enseja, por si só, o restabelecimento das partes ao *status quo,* restando as perdas e danos apenas para as situações em que tal não seja possível.

Contudo, é possível tanto aos divulgadores quanto à empresa ré que se restabeleçam ao estado em que se encontravam antes da pactuação nula, bastando para tanto que a primeira restitua os valores recebidos e que os segundos devolvam as contas recebidas, o que já restou determinado nesta Sentença.

Desse modo, não há dano material (dano emergente, lucro cessante ou perda de uma chance) a ser indenizado.

Noutro vértice, não merece também acolhida a pretensão de que a empresa ré pague as bonificações que prometeu por ocasião da celebração dos contratos, dada a nulidade destes, que lhes impede de surtir qualquer efeito (art. 169, CC).

2.7) DANOS EXTRAPATRIMONIAIS COLETIVOS

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, e é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000050038 e CLAUDIA BERGAMASCO LIMA. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812316-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

O autor sustentou que os atos ilícitos praticados pela empresa ré causaram verdadeiro caos social em todo o país. A sociedade ficou abalada. Famílias inteiras investiram no sonho insólito. Em razão disso, postulou a condenação da empresa ré ao pagamento de indenização por danos extrapatrimoniais transindividuais, no valor mínimo de R$8.000.000,00 (oito milhões de reais).

Sabe-se que a obrigação de reparação de danos decorre da constatação de uma conduta ilícita, causadora de danos (arts. 186 e 927 do CC). Os danos indenizáveis são os materiais e morais, tanto individuais quanto coletivos (art. 5, V e X, CF).

No caso em exame, restou apurada a prática ilícita da empresa ré, que dolosamente arregimentou mais de um milhão de pessoas para participação de um negócio ilícito, colocando todas elas e a coletividade em geral na iminência de grave risco de prejuízo material, dado ao conhecido fim das pirâmides financeiras.

A conduta da empresa ré persistiu durante vários meses e só foi obstada por intervenção judicial. Casou risco concreto de grave ruptura na ordem econômica, que certamente adviria quando a rede enfim ruisse.

Decorre do modelo piramidal que o negócio inicialmente gere lucro real e muito acima da média de qualquer outra atividade lícita. Entretanto, esgotada a fonte de receita que sustenta todo esse lucro (ingresso de novos membros), a ruptura é instantânea e o número de prejudicados sempre é deveras superior que a quantidade de pessoas que enriqueceram com o negócio.

Portanto, ao sujeitar toda a coletividade aos intempéries da devastadora desconstrução da pirâmide Telexfree, a empresa ré gerou intranquilidade social e grave alternação à ordem social, o que configura danos morais coletivos, estes entendidos como injusta lesão aos valores de uma comunidade, conforme lições de Carlos Alberto Bittar Filho:

> "Com supedâneo, assim, em todos os argumentos levantados, chega-se à conclusão de que o dano moral coletivo é a injusta lesão da esfera moral de uma dada comunidade, ou seja, é a violação antijurídica de um determinado círculo de valores coletivos. Quando se fala em dano moral coletivo, está-se fazendo menção ao fato de que o patrimônio valorativo de uma certa comunidade (maior ou menor), idealmente considerado, foi agredido de

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUATHIER CALERO FRANDEMARCIO JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

> maneira absolutamente injustificável do ponto de vista jurídico; quer isso dizer, em última instância, que se feriu a própria cultura, em seu aspecto imaterial. Tal como se dá na seara do dano moral individual, aqui também não há que se cogitar de prova da culpa, devendo-se responsabilizar o agente pelo simples fato da violação (damnum in re ipsa). (45-46)"[10]

Portanto, estão presentes os requisitos necessários à responsabilização civil da empresa ré, face a induvidosa constatação de que praticou dolosamente uma conduta ilícita ao construir uma pirâmide financeira e, assim, causou danos coletivos que devem ser indenizados, conforme precedentes jurisprudenciais a seguir transcritos:

> ADMINISTRATIVO E AMBIENTAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DANO AMBIENTAL. CONDENAÇÃO A DANO EXTRAPATRIMONIAL OU A DANO MORAL COLETIVO. VERIFICAÇÃO. ÓBICE DA SÚMULA 7 DO STJ.
> 1. Trata-se de ação civil pública proposta pelo Ministério Público Federal com o objetivo de condenar o réu na obrigação de recuperar área de preservação permanente degradada, bem como a proibição de novos desmatamentos, ao pagamento de multa e, por fim, ao pagamento de indenização pelo danos ambientais morais e materiais.
> 2. **Quanto ao pedido de condenação ao dano moral extrapatrimonial ou dano moral coletivo, insta salientar que este é cabível quando o dano ultrapassa os limites do tolerável e atinge, efetivamente, valores coletivos, o que não foi constatado pela corte de origem.**
> 3. Modificar o acórdão recorrido, como pretende o recorrente, no sentido de verificar a existência do dano moral ambiental, demandaria o reexame de todo o contexto fático-probatório dos autos, o que é defeso a esta Corte em vista do óbice da Súmula 7/STJ. Agravo regimental improvido. (AgRg no REsp 1513156 / CE AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL 2015/0012112-7, Relator(a): Ministro HUMBERTO MARTINS (1130), Órgão Julgador: T2 - SEGUNDA TURMA, Data do Julgamento: 18/08/2015).

> PROCESSO CIVIL E AMBIENTAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. ORDEM URBANÍSTICA. LOTEAMENTO RURAL CLANDESTINO. ILEGALIDADES E IRREGULARIDADES DEMONSTRADAS. OMISSÃO DO PODER PÚBLICO MUNICIPAL. DANO AO MEIO AMBIENTE CONFIGURADO. DANO MORAL COLETIVO.
> 1. Recurso especial em que se discute a ocorrência de dano moral coletivo em razão de dano ambiental decorrente de parcelamento irregular do solo urbanístico, que, além de invadir Área de Preservação Ambiental Permanente, submeteu os moradores da região a condições precárias de sobrevivência.
> 2. Hipótese em que o Tribunal de origem determinou as medidas específicas

[10] em:http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=6183

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003388-GUATHIER CARLOS FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812516-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

para reparar e prevenir os danos ambientais, mediante a regularização do loteamento, mas negou provimento ao pedido de ressarcimento de dano moral coletivo.

3. A reparação ambiental deve ser plena. A condenação a recuperar a área danificada não afasta o dever de indenizar, alcançando o dano moral coletivo e o dano residual. Nesse sentido: REsp 1.180.078/MG, Rel. Ministro Herman Benjamin, Segunda Turma, DJe 28/02/2012.

4. **"O dano moral coletivo, assim entendido o que é transindividual e atinge uma classe específica ou não de pessoas, é passível de comprovação pela presença de prejuízo à imagem e à moral coletiva dos indivíduos enquanto síntese das individualidades percebidas como segmento, derivado de uma mesma relação jurídica-base. (...) O dano extrapatrimonial coletivo prescinde da comprovação de dor, de sofrimento e de abalo psicológico, suscetíveis de apreciação na esfera do indivíduo, mas inaplicável aos interesses difusos e coletivos" (REsp 1.057.274/RS, Rel. Ministra ELIANA CALMON, SEGUNDA TURMA, julgado em 01/12/2009, DJe 26/02/2010.).**

5. No caso, o dano moral coletivo surge diretamente da ofensa ao direito ao meio ambiente equilibrado. **Em determinadas hipóteses, reconhece-se que o dano moral decorre da simples violação do bem jurídico tutelado, sendo configurado pela ofensa aos valores da pessoa humana. Prescinde-se, no caso, da dor ou padecimento (que são consequência ou resultado da violação).** Nesse sentido: REsp 1.245.550/MG, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, DJe 16/04/2015. Recurso especial provido. (REsp 1410698 / MG RECURSO ESPECIAL 2013/0346260-3, Relator(a): Ministro HUMBERTO MARTINS (1130), Órgão Julgador: T2 - SEGUNDA TURMA, Data do Julgamento: 23/06/2015).

TOTO BOLA. SISTEMA DE LOTERIAS DE CHANCES MÚLTIPLAS. FRAUDE QUE RETIRAVA AO CONSUMIDOR A CHANCE DE VENCER. AÇÃO DE REPARAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAIS. DANOS MATERIAIS LIMITADOS AO VALOR DAS CARTELAS COMPROVADAMENTE ADQUIRIDAS. DANOS MORAIS PUROS NÃO CARACTERIZADOS. POSSIBILIDADE, PORÉM, DE EXCEPCIONAL APLICAÇÃO DA FUNÇÃO PUNITIVA DA RESPONSABILIDADE CIVIL. NA PRESENÇA DE DANOS MAIS PROPRIAMENTE SOCIAIS DO QUE INDIVIDUAIS, RECOMENDA-SE O RECOLHIMENTO DOS VALORES DA CONDENAÇÃO AO FUNDO DE DEFESA DE INTERESSES DIFUSOS. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO. Não há que se falar em perda de uma chance, diante da remota possibilidade de ganho em um sistema de loterias. Danos materiais consistentes apenas no valor das cartelas comprovadamente adquiridas, sem reais chances de êxito. Ausência de danos morais puros, que se caracterizam pela presença da dor física ou sofrimento moral, situações de angústia, forte estresse, grave desconforto, exposição à situação de vexame, vulnerabilidade ou outra ofensa a direitos da personalidade. **Presença de fraude, porém, que não pode passar em branco. Além de possíveis respostas na esfera do direito penal e administrativo, o direito civil também pode contribuir para orientar os atores sociais no sentido de evitar determinadas condutas, mediante a punição econômica de quem age em desacordo com padrões mínimos exigidos pela ética das relações sociais e econômicas.**

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE – 111072200000350038 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812366-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

> **Trata-se da função punitiva e dissuasória que a responsabilidade civil pode, excepcionalmente, assumir, ao lado de sua clássica função reparatória/compensatória. ¿O Direito deve ser mais esperto do que o torto¿, frustrando as indevidas expectativas de lucro ilícito, à custa dos consumidores de boa fé. Considerando, porém, que os danos verificados são mais sociais do que propriamente individuais, não é razoável que haja uma apropriação particular de tais valores, evitando-se a disfunção alhures denominada de overcompensantion.** Nesse caso, cabível a destinação do numerário para o Fundo de Defesa de Direitos Difusos, criado pela Lei 7.347/85, e aplicável também aos danos coletivos de consumo, nos termos do art. 100, parágrafo único, do CDC. Tratando-se de dano social ocorrido no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul, a condenação deverá reverter para o fundo gaúcho de defesa do consumidor. Recurso parcialmente provido. (Recurso Cível Nº 71001281054, Primeira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Ricardo Torres Hermann, Julgado em 12/07/2007) (TJRS, Número: 71001281054, Órgão Julgador: Primeira Turma Recursal Cível, Relator: Ricardo Torres Hermann, Data de Julgamento: 12/07/2007).

O valor da indenização há de ser fixado conforme parâmetros da razoabilidade e proporcionalidade, levando-se em consideração a capacidade econômica da parte, a gravidade e repercussão do dano coletivo causado.

Sob esses balizadores, ponderando que a rede Telexfree foi deliberadamente construída e manteve-se atuante por mais de um ano, evoluindo de tempos e tempos para mascarar sua ililcitude sob a roupagem do marketing multinível, e movimentou em espécie mais de um bilhão de reais, conforme apurou a prova pericial, agravando potencialmente os riscos que sua ruptura poderiam causar à coletividade, tenho por justa e necessária à reparação dos danos coletivos uma indenização de R$3.000.000,00 (três milhões de reais), a ser revertida em benefício do Fundo Nacional de Defesa dos Direitos Difusos (art. 13 da Lei nº 7.347/85).

2.8) DISSOLUÇÃO DA EMPRESA YMPACTUS COMERCIAL LTDA.

O autor afirmou que a única atividade desenvolvida pela empresa ré é ilícita, por isso, postulou a dissolução da pessoa jurídica.

O documento de p. 113 mostra que a requerida Ympactus Comercial Ltda. é

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO FERNANDO MARTINS JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.

uma microempresa, com sede em Vitória – ES, cuja atividade econômica principal é "intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários" e a atividade secundária são "portarias, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet". O nome fantasia da sociedade empresária é Telexfree INC.

Porém, restou provada que a única atividade realizada pela Ympatcus Comercial Ltda. consiste em celebrar contratos com partners e divulgadores, nos moldes do Regulamento Geral de Clientes e Divulgadores de Produtos (última versão do contrato), através dos quais construiu uma pirâmide financeira. Esta foi a resposta apresentada pelos peritos ao quesito 1.13, com o que os réus anuíram, por intermédio de seu assistente técnico, admitindo na p. 15.683 que a empresa ré não realiza nenhum outro negócio.

Portanto, como empresa ré promove atividade ilícita, deve ser dissolvida (quesito 1.13). O pedido encontra amparo no art. 670 do Código de Processo Civil de 1939, vigente por força do art. 1.218, VII, do atual CPC, que prescrevem:

> Art. 670. A sociedade civil com personalidade jurídica, que promover atividade ilícita ou imoral, será dissolvida por ação direta, mediante denúncia de qualquer do povo, ou do órgão do Ministério Público.
>
> Art. 1.218. Continuam em vigor até serem incorporados nas leis especiais os procedimentos regulados pelo Dec.-lei 1.608, de 18 de setembro de 1939, concernentes:
>
> VII – à dissolução e liquidação das sociedades (arts. 655 a 674).

Vejam-se as lições de Maria Helena Diniz, a respeito das hipóteses de dissolução judicial das pessoas jurídicas:

> "7) Pela dissolução judicial: a requerimento de qualquer dos sócios quando: anulada a sua constituição ou exaurindo o fim social, ou verificada a sua inexequibilidade (CC, art. 1.034, I e II). Ou ainda: a) no caso de figurar qualquer causa de extinção prevista em norma jurídica ou nos estatutos e, apesar disso, a sociedade continuar funcionando, o juiz por iniciativa de qualquer dos sócios decreta o seu fim; **b) quando a sentença concluir pela impossibilidade da sobrevivência da pessoa jurídica, estabelecendo seu término em razão de suas atividades nocivas, ilícitas ou**

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaciseir de Fátima Vieira Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PEDRO FERNANDO MARTINS JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEE.

> **imorais, mediante denúncia popular ou do órgão do Ministério Público."**[11]

Ao contrário do que sustentam os réus, o pedido não esbarra na garantia constitucional ao livre exercício de qualquer atividade econômica (art. 170, parágrafo único, CF), já que obviamente as atividades ilícitas não são admitidas. Veja-se orientação jurisprudencial:

> "PROCESSUAL CIVIL E CONSTITUCIONAL. PROCESSO-CRIME E PROCESSO CIVIL. INDEPENDÊNCIA. NÃO CARACTERIZAÇÃO DE HIPÓTESE DE SUSPENSÃO. (CPC, ART. 265, IV). AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DISSOLUÇÃO DE SOCIEDADE EMPRESÁRIA. LEGITIMIDADE ATIVA DO "PARQUET". CONFIGURAÇÃO. DEFESA DA ORDEM ECONÔMICA E JURÍDICA E DO PATRIMÔNIO PÚBLICO. RESPONSABILIDADE DOS SÓCIOS. MEDIDAS RESTRITIVAS DE DIREITO. IMPEDIMENTO DE CONSTITUIÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAS JURÍDICAS. POSSIBILIDADE JURÍDICA DO PEDIDO. EXISTÊNCIA. APLICAÇÃO DA PENALIDADE PELO PRAZO DE CINCO ANOS. APLICAÇÃO POR ANALOGIA DO ART. 38, VI, DA LEI N. 12.529/11.
>
> 1. Não procede o pleito, formulado na peça de contestação, de que se aguardasse o deslinde do processo-crime, uma vez que, em razão da independência entre os juízos cível e criminal, não está caracterizada qualquer daquelas hipóteses de suspensão do processo (CPC, art. 265, IV).
>
> 2. **O Ministério Público tem legitimidade para ajuizar ação civil pública para requerer a dissolução de sociedade empresária que exerça atividade ilícita ou imoral** (TRF da 3ª Região, AC n. 1.101.841-47.1996.4.03.6109, Rel. Des. Fed. Antonio Cedenho, j. 12.11.12).
>
> 3. **Malgrado no ordenamento jurídico haja previsão expressa para a legitimidade do Parquet para a pretensão dissolutiva apenas relativamente às sociedades civis (CPC, art. 1.218, VII c.c CPC/1939, art. 670), deve-se, entretanto, estendê-la também às sociedades empresárias, porquanto o eventual desvirtuamento dos fins de qualquer delas tem condições de exercer influência na ordem jurídica.**
>
> 4. **Outrossim, convém ressaltar que o art. 655 do Código de Processo Civil de 1939, mantido em vigor por força do art. 1.218, VII, do atual Código de Processo Civil, dispõe que a dissolução de sociedade civil, ou mercantil, poderá ser declarada a requerimento de qualquer interessado.**
>
> 5. A impossibilidade jurídica do pedido somente se verifica quando houver disposição expressa que vede a tutela jurisdicional postulada. Na espécie, não

[11] DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro, Teoria Geral do Direito Civil. 2002: São Paulo, Editora Saravia, pp. 248/249).

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 111072200000350038-GUATHER FERREIRA DE ANDRADE MARTINS JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812566-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEAE.

consta semelhante preceito, o que afasta o óbice processual.

6. Afastada a extinção do processo sem julgamento do mérito para analisá-lo (CPC, art. 515, § 3º).

7. O Ministério Público Federal fundamenta a presente ação civil pública na peça de Representação Fiscal para Fins Penais da Secretaria da Receita Federal - Delegacia da Receita Federal em Limeira, na qual se aponta a "ocorrência de omissão, total ou parcial de informação, inserção de elementos inexatos, majoração de despesas e utilização de documentos falsos ou inexatos, pela pessoa jurídica fiscalizada, levando, tudo isso, à redução indevida do seu lucro tributável, o que caracteriza, em tese, o crime de Sonegação Fiscal e/ou Contra a Ordem Tributária, conforme definidos no artigo 1º, II e IV, da Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990" (fl. 77, negrito no original).

8. A contestação limitou-se a impugnar tanto a pertinência da ação civil pública para a cobrança de tributos ou apuração de eventual sonegação de impostos quanto a legitimidade ativa do Ministério Público para tutelar direitos públicos secundários no lugar do Estado-Administração, por meio de ação própria, ressalvando que deve ser aguardado o deslinde ação penal ajuizada para apurar a responsabilidade dos sócios (fls. 140/148), sem trazer elementos que comprovassem terem sido desconsiderados os fatos que deram origem às infrações lavradas, bem como sequer se aventou qualquer irregularidade a ensejar a invalidade daqueles atos administrativos.

9. **Em face da comprovação das atividades ilícitas praticadas em nome da Industrial de Bebidas Sabará, de rigor a dissolução compulsória dessa pessoa jurídica e a liquidação do ativo eventualmente encontrado**, sendo certo que os sócios, ora apelados, Felipe Alberto Rego Hadad e Roberto Gimenes, devem ser responsabilizados, impondo-se-lhes a proibição de constituir e administrar pessoa jurídica pelo prazo de 5 (cinco) anos a contar do trânsito em julgado da presente ação.

10. Apelação provida." (TRF3, Processo: AC 1101250 SP 1101250-85.1996.4.03.6109, Relator(a):DESEMBARGADOR FEDERAL ANDRÉ NEKATSCHALOW, Órgão Julgador: QUINTA TURMA, Julgamento:17/06/2013).

Considerando que o contrato social da pessoa jurídica não dispõe sobre quem deva ser o liquidante e em se tratando de liquidação judicial, remeto os sócios ao procedimento de liquidação, a operar-se na forma do art. 955 e seguintes do Decreto-Lei 1.608/39, haja vista o que dispõem os arts. 1.111 do CC e 1.218, VII, do CPC.

O procedimento deverá ser instaurado pelos sócios da sociedade dissolvida no prazo de trinta dias, contados do trânsito em julgado da presente Sentença, em autos apartados, para evitar tumulto processual.

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Kaiseir de Fabienio Carvalho Neto, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 111072200000350038 e CLAUDIA BERGAMASCO FRANDEMARCHI ANJOS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

Deverá ser averbada a determinação de dissolução perante o registro da empresa, enquanto persistir a liquidação. Apenas após o encerramento da liquidação será promovido o cancelamento do registro (art. 51, § § 1º e 3º, CC).

2.9) DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA DA YMPACTUS COMERCIAL LTDA.

O pedido de desconsideração da personalidade jurídica da empresa ré foi postulado e acolhido cautelarmente.

Na ocasião em que foi apreciado sob juízo de cognição sumária, entendeu-se que deveria ser analisado à luz do art. 50 do CC e não dos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, ante a constatação de que a relação primordial entre a empresa e os divulgadores não era de consumo. Entendeu-se, também, que havia sinais de desvio da finalidade social da pessoa jurídica.

Após toda a instrução processual e análise detida das provas produzidas, deve-se reafirmar, agora em cognição exauriente, que houve de fato desvio de finalidade apto a ensejar a desconsideração da personalidade jurídica da empresa ré, valendo-se reprisar os fundamentos que já levaram a esta conclusão, e que foram exarados no item 2.5.22 da sentença proferida nos autos 0005669-76.2013.8.01.0001:

> "Já foi citado que a relação de consumo entre a primeira requerida e seus divulgadores e "partners" existe, porém em plano secundário, o que afastaria a possibilidade de aplicação dos requisitos mais alargados para desconsideração da personalidade jurídica (teoria menor da desconsideração da personalidade jurídica).
>
> O pleito deve ser apreciado, então, sob o enfoque da legislação cível ordinária, que também admite a desconsideração da personalidade jurídica para que os efeitos de certas obrigações sejam estendidos aos bens particulares dos administradores ou sócios da pessoa jurídica, 'em caso de abuso de personalidade, caracterizado pelo desvio de finalidade, ou pela confusão patrimonial' (art. 50, CC).
>
> O documento de p. 11 mostra que a requerida Ympactus Comercial Ltda. é Çuma microempresa, com sede em Vitória − ES, cuja atividade econômica principal é 'intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários' e as atividades secundárias são 'portarias, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raissa de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 11107220000005003800 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

internet'.

Entretanto, o que se percebe de sua atividade prática são fortes indícios de prática ilícita e quiçá criminosa, apta a atingir negativamente a milhares de pessoas, não apenas no Estado do Acre, mas em todo o Brasil e também em outros países onde já há participantes da rede que construiu (vide depoimento de Shawke Lira Sandra), aparentemente sob a forma de marketing multinível, mas em verdade com fortes características de 'pirâmide financeira'.

Destarte, ao contrário do que afirmam os requeridos em suas defesas, todo o contexto sinaliza o desvio de finalidade, o que configura o abuso da personalidade jurídica, justificando a desconsideração da mesma, conforme permite o art. 50 do Código Civil, sem impor como condição a comprovação da insolvência da pessoa jurídica.

No caso em exame não se sabe se haverá dever de indenizar e se a primeira requerida teria suporte financeiro necessário a custear eventuais reparações. No entanto, há plausibilidade na tese do Ministério Público, no sentido de que a mesma construiu uma 'pirâmide financeira', fato que, uma vez comprovado, redundará em obrigações ressarcitórias, não sendo possível estimar em qual montante, mas a julgar pelo grande número de cadastros apenas no Estado do Acre (cerca de setenta mil) e pelos números apontados na manifestação da primeira requerida, certamente alcançará grandes cifras, com fortes probabilidades de não poderem ser custeadas pela pessoa jurídica em questão.

Portanto, estão presentes o *fumus boni iuris* e o *periculum in mora,* este último caracterizado pela necessidade de não obstacularizar a integral reparação dos danos causados, resguardando-se de pronto numerário suficiente ao ressarcimento futuro dos milhares de divulgadores, devendo preponderar, quanto a este tópico, o interesse coletivo.

A desconsideração da personalidade jurídica, nesta fase processual, representa garantia ao direito coletivo, que poderia ficar descoberto na hipótese de insolvência da pessoa jurídica. Vejam-se a respeito as lições de Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald:

'Não é requisito para a obtenção da desconsideração a comprovação da insolvência da pessoa jurídica. Em outras palavras, a aplicação do *disregard theory* 'prescinde da demonstração de insolvência da pessoa jurídica', como reconheceu o Enunciado 281 da Jornada de Direito Civil. É que a desconsideração pode ser utilizada com finalidade preventiva, como mecanismo de evitar futuras fraudes, e não apenas como meio de recomposição de danos já causados. Não se pode exigir, pois, a prova da efetiva insolvência.'[12]

Por outro lado, obtempera-se que a desconsideração da personalidade jurídica não deve atingir indistintamente a todos os sócios, devendo-se preservar aqueles que, por não integrarem a administração empresarial, não têm poderes acerca da condução dos negócios. A respeito já

[12] Farias, Cristiano Chaves. Rosenvald, Nelson. Direito Civil, Teoria Geral, 8ª edição, 2ª tiragem, Rio de Janeiro, Editora Lumen Juris, 2010, pp. 386/387.

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por WASSIR DE FRAIENO CARVALHO, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003380 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ROCHA. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

> foi editado Enunciado na Jornada de Direito Civil:
>
> 'Enunciado 7: só se aplica a desconsideração da personalidade jurídica quando houver a prática de ato irregular e, limitadamente, aos administradores ou sócios que nela hajam incorridos.'
>
> Neste cenário, deve ser acatado o pleito de desconsideração da personalidade jurídica de Ympactos Comercial Ltda., para que a presente decisão alcance, também, aos seus sócios administradores, indicados no contrato social de pp. 644/648, quais sejam, Carlos Roberto Costa e Carlos Nataniel Wanzeler.'

Sob estes mesmos fundamentos, agora reforçados diante da efetiva constatação de que a pessoa jurídica ré desviou-se realmente de seus objetivos sociais, dedicando-se exclusivamente à prática ilícita, deve-se desconsiderar sua personalidade jurídica, a fim de que o patrimônio de seus sócios administradores também respondam pelos débitos decorrentes da recomposição das partes ao *status quo* e da reparação de danos extrapatrimonais ora determinada.

2.10) OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER AOS RÉUS PESSOAS FÍSICAS

O autor solicitou a condenação dos réus pessoas físicas, sócios da pessoa jurídica que materializou a pirâmide financeira, à obrigação de não atraírem e não contratarem, por meio da empresa ré ou de qualquer outra, negócio similar ao que ora foi declarado nulo, sob pena de multa diária de R$100.000,00 (cem mil reais) por cada novo contrato entabulado.

A presente Sentença já consagrou a obrigação da empresa ré de não celebrar novos contratos semelhantes ao que foi disciplinado no Regulamento Geral de Clientes e Divulgadores de Produtos e aos que o antecederam e esta mesma obrigação deve ser estendida aos demais réus, sócios da empresa, haja vista a evidente nulidade do negócio jurídico e de seu potencial de causar danos coletivos, abalando a ordem econômica.

Portanto, impõe-se aos réus pessoa físicas esta mesma condenação, estando os mesmos sujeitos ao pagamento de multa de R$100.000,00 (cem mil reais) por cada novo contrato celebrado (art. 461, § 4º, CPC).

2.11) CONFIRMAÇÃO DA SENTENÇA ACAUTELATÓRIA

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHI JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2015.8.12.0001 e código 1896BEAE.

A presente ação civil pública foi precedida de ação cautelar julgada parcialmente procedente, nos autos nº 0005669-76.2013.8.01.0001.

Todo o conteúdo da Sentença exarada nos referidos autos deve ser mantido, especialmente agora em que o *fummus boni iuris* revelou-se em efetivo direito, estando ainda presente a necessidade de adoção de todas as medidas determinadas, como forma de se resguardar a efetividade do direito ora reconhecido.

2.12) LITIGÂNCIA DE MÁ-FÉ

Os réus postularam a condenação do autor nas penalidades decorrentes da litigância de má-fé, argumentando que o mesmo assim procedeu ao apresentar Termo de Ajustamento de Conduta no qual constava multa cominatória desproporcional e exorbitante, bem como ao ajuizar a presente ação coletiva, abusando do direito de ação.

Entretanto, no curso de todo o procedimento não se vislumbrou nenhuma conduta do autor que coadunasse com as que estão relacionadas no art. 17 do CPC. Não há má-fé quando qualquer das partes apresenta proposta de acordo que a parte adversa reputa despropositada, haja vista que a conciliação pressupõe negociação e absoluta possibilidade de rejeição de propostas aventadas. Também não houve abuso do direito de ação, especialmente considerando a procedência dos principais pedidos formulados pelo autor.

Destarte, indefiro o pedido de condenação do autor como litigante de má-fé.

3) DISPOSITIVO

Diante dos fundamentos expostos, confirmo integralmente as medidas acautelatórias determinadas na Sentença proferida nos autos nº 0005669-76.2013.8.01.0001 e julgo parcialmente procedentes os pedidos formulados pelo Ministério Público Estadual em detrimento de Ympactus Comercial Ltda., Carlos Roberto Costa, Carlos Nataniel Wanzeler e James Mattew Merril para:

A) com amparo nos arts. 104, II e 166, II, do Código Civil, declarar a nulidade de todos os contratos firmados entre os divulgadores da rede Telexfree e a ré Ympactus Comercial Ltda., formalizados através da adesão ao Regulamento Geral de

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Freitas Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE - 11107220000035000388 e CLAUDIA MARGARETH FRANDEMARCHES JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

Clientes e Divulgadores de Produtos e a outros instrumentos contratuais que o antecederam, em razão da ilicitude de seus objetos, que versam sobre pirâmide financeira;

B) com amparo no art. 182 do Código Civil e como consequência da nulidade dos negócios jurídicos determinada no item A, determinar o restabelecimento das partes contratantes ao estado em que se achavam antes da contratação. Para tanto, condeno a ré Ympactus Comercial Ltda. a:

B.1) devolver a todos os Partners os valores recebidos a título de Fundo de Caução Retornável;

B.2) devolver a todos os divulgadores AdCentral os valores recebidos a título de Fundo de Caução Retornável e a título do kit contendo dez contas VOIP 99 Telexfree;

B.3) devolver a todos os divulgadores AdCentral Family os valores recebidos a título de Fundo de Caução Retornável e a título do kit contendo cinquenta contas VOIP 99 Telexfree;

B.4) no ato da devolução dos valores indicados nos itens B2 e B3, os divulgadores deverão restituir à ré Ympactus Comercial Ltda. as contas 99Telexfree que receberam em forma de kits, mas caso as tenham ativado, o valor que pagaram pelas contas não restituídas deverá ser abatido do montante total a receber, na proporção US$28,90 para os divulgadores AdCentral e US$27,50 para os divulgadores AdCentral Family;

B.5) do monante a ser devolvido aos divulgadores AdCentral e AdCentral Family a ré Ympactus Comercial Ltda. deverá deduzir os valores que os mesmos receberam a título de qualquer das bonificações da Rede Telexfree, inclusive em razão da recompra de contas recebidas por anúncios postados. Do montante a ser restituído aos partners deverão ser deduzidos os valores que os mesmos receberam a título de comissões de venda;

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Vaiseir de Hélio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDIE - 1110072000005003880 e CLAUDIA BERGAMASCO FRANDANA MARTINS JUNIOR.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1996BEA.

B.6) considerando que os contratos celebrados estabelecem valores em dólares norte-americanos, as devoluções aos partners e divulgadores e os abatimentos do que os mesmos receberam a título de bonificação na rede, gratificação de venda ou contas ativadas, deverão ser considerados em Reais, pelos montante efetivamente pagos e recebidos;

B.7) Os valores a serem restituídos pela ré Ympactus Comercial Ltda. aos divulgadores deverão ser atualizados monetariamente a partir do efetivo pagamento do Fundo de Caução Retornável e dos kits AdCentral ou AdCentral Family, conforme o caso, e sujeitos a juros legais desde a citação (que se deu por meio de comparecimento espontâneo da empresa ré aos autos, em 29/07/2013 – p. 880/964).

Os valores das contas ativadas que serão abatidos do montante a ser recebido pelos divulgadores (conforme item B4) deverão ser atualizados monetariamente a partir da data da aquisição dos kits AdCentral e AdCentral Family e sujeitos a juros legais desde a citação.

Os valores das comissões de venda que serão abatidos dos montantes a serem restituídos aos partners e os valores de todas as bonificações recebidas pelos divulgadores, inclusive a título de recompra de anúncios recebidos por postagens de anúncios, deverão ser atualizados monetariamente a partir do recebimento e sujeitos a juros legais a contar da citação.

B.8) considerando que a presente ação é coletiva, os valores determinados nos itens B1, B2, B3, B4, B5, B6 e B7 deverão ser apurados em liquidação de sentença, que poderá ser proposta por cada interessado, no foro do seu domicílio;

C) com amparo nos arts. 186 e 927 do Código Civil, condenar a ré Ympacutus Comercial Ltda. a pagar indenização por danos extrapatrimoniais coletivos, no valor de R$3.000.000,00 (três milhões de reais), sujeito a correção monetária a partir desta data e a juros legais a contar da citação. O valor da condenação será revertido em favor do Fundo Nacional de Defesa dos Direitos Difusos (art. 13 da Lei nº 7.347/85);

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Hélanio Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE – 11107220000005003388 e CLAUDIA BERGAMASCHI FONTANA MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

D) com amparo no art. 670 do CPC de 1939, vigente por força do art. 1.218, VII, do atual CPC, determinar a dissolução da pessoa jurídica Ympactus Comercial Ltda., remetendo os sócios ao procedimento de liquidação, a iniciar-se no prazo de trinta dias, contado do trânsito em julgado desta Sentença, na forma do art. 955 e seguintes do Decreto-Lei 1.608/39 (arts. 1.111 do CC e 1.218, VII, do CPC), em autos apartados;

E) com amparo no art. 50 do CC, determinar a desconsideração da personalidade jurídica da ré Ympactus Comercial Ltda., estendendo todas as responsabilidades decorrentes da presente Sentença aos seus sócios administradores, os réus Carlos Roberto Costa, Carlos Nataniel Wanzeler ;

F) condenar todos os réus à obrigação de não fazer, consistente em não celebrar novos contratos semelhantes ao que foi disciplinado no Regulamento Geral de Clientes e Divulgadores de Produtos e em seus antecessores, por meio da pessoa jurídica ré ou por qualquer outro meio, sob pena de multa de R$100.000,00 (cem mil reais) por cada novo contrato celebrado.

Declaro extinto o processo, com análise do mérito (art. 269, I, CPC).

Considerando que o autor decaiu em parte mínima do pedido, condeno os réus ao pagamento das despesas processuais. Sem honorários advocatícios, pois o autor é o Ministério Público Estadual.

4) CONSIDERAÇÕES FINAIS

4.1) Os réus postularam a expedição de alvará judicial para pagamento de débitos ao Hotel Desing Tijuca.

Infere-se que o pleito já foi acatado por intermédio da decisão proferida nas pp. 41.570/41.571, dos autos da ação cautelar em apenso, que reputou suficiente a caução apresentada como garantia do juízo. Infere-se, também, que referida decisão foi objeto de recurso de agravo de instrumento, o qual por sua vez considerou-se prejudicado com o advento de sentença proferida nos referidos autos, decidindo-se que a questão deveria ser

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Kaysa de Freitas Oliveira Cavalcante, é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000095003388 e CLAUDIA MARGARETH FONTENELE ANJOS.
Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.

levada à baila através do recurso de apelação.

Por isso, oportunizo ao autor que informe e demonstre se a questão foi suscitada no âmbito do recurso de apelação interposto em face da sentença proferida nos autos da ação cautelar, devendo também demonstrar o conteúdo de eventual decisão proferida pelo E. Tribunal de Justiça, haja vista que referida ação ainda não foi devolvida a este juízo.

4.2) Indefiro o pedido de pp. 20.307/20.322, por meio do qual o assistente técnico dos réus postula expedição de alvará judicial para liberação do montante fixado a título de honorários, haja vista que a decisão de pp. 16.040/16.042 condicionou o levantamento dos valores à apresentação da anuência de ambos os juízos federais que também decretaram a indisponibilidade do patrimônio dos réus, mas ainda não foi apresentada a anuência do juízo criminal.

4.3) Estendo aos pedidos de habilitação formulados nas pp. 20.323/20.332, 20.593/20.602, 20.659/20.671 e 20.646/20.653 o que foi decidido nas pp. 40.715/40.718, item 8, e 40.068/40.075, item 12, dos autos da ação cautelar em apenso, determinando a intimação dos solicitantes.

4.4) Quanto ao julgado e aos documentos apresentados pelos réus nas pp. 20.406/20.489 e 20.572/20.589, reputo-os prejudicos, haja vista que não guardam pertinência com a questão posta em julgamento.

4.5) Certifiquem-se as penhoras no rosto dos autos determinadas nas pp. 20.498/20.523, comunicando-se aos juízos solicitantes o que foi decidido nas pp. 40.715/40.718, item 3, o que também deverá ser feito em relação às solicitações de pp. 20.525/20.533, 20.535/20.536,20.540/20.569, 20.603/20.613, 20.641/20.644

4.6) Informe o Cartório o que foi solicitado nas pp. 20.534, 20.537, 20.570/20.571, 20.640, 20.656, 20.657, 20.658, 20.676, 20.677 e forneça a certidão requerida na p. 20.672

4.7) Informe-se ao respectivo juízo o recebimento da solicitação de pp. 20.538/20.539, a ser atendida após o cumprimento desta Sentença, caso haja saldo

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 27/04/2015 às 09:32, por Raiseir de Fátima Carvalho, é cópia do original assinado digitalmente por PDDE – 11107220000005003388 e CLAUDIA BERGAMASCO FRANDANA MARTINS. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEA.

remanescente.

4.8) Intimem-se as partes para que tenham ciência do conteúdo dos documentos de pp. 20.616/20.633 e 20.634/20.639.

5) PROVIDÊNCIAS FINAIS

Publique-se, inclusive por meio de edital, para amplo conhecimento dos interessados. Intimem-se.

Cumpram-se as determinações contidas no item "4" desta Sentença.

Comunique-se o teor da presente Sentença aos juízos da 4ª Vara Federal de Execução Fiscal e 1ª Vara Federal Criminal do Espírito Santo e ao E. Relator do recurso de apelação interposto nos autos da ação cautelar preparatória em apenso.

Após o trânsito em julgado, contem-se as custas processuais e intimem-se os réus para pagamento em trinta dias, sob pena de comunicação à Fazenda Pública, para inclusão em Dívida Ativa.

Oficie-se à Junta Comercial do Espírito Santo para que seja averbada a determinação de dissolução perante o registro da empresa, enquanto persistir a liquidação (art. 51, § 1º, CC).

Findo o prazo a que se refere o item "D" da parte dispositiva, certifique-se os réus pessoas físicas postularam a liquidação da pessoa jurídica ré em autos apartados. Na hipótese negativa, os autos deverão ser trazidos à conclusão.

Ao final, em não havendo outras solicitações, arquivem-se os autos.

Rio Branco-(AC), 16 de setembro de 2015.

Thaís Queiroz B. de Oliveira A. Khalil
Juíza de Direito

Endereço: Rua Benjamin Constant, 1165, Centro - CEP 69900-064, Fone: 3211-5471, Rio Branco-AC - E-mail: vaciv2rb@tjac.jus.br - Mod. 500076 - Autos n.º 0800224-44.2013.8.01.0001

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por THAIS QUEIROZ BORGES DE OLIVEIRA ABOU KHALIL. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjac.jus.br, informe o processo 0800224-44.2013.8.01.0001 e o código 110E36D.

Este documento foi protocolado em 23/04/2015 às 09:32, por WANDERLEI FRANCISCO CARVALHO, e é cópia do original assinado digitalmente por PDDDE - 11107220000035000388-GUATHER BERGAMASCHI FILHO. Para conferir o original, acesse o site http://www.tjms.jus.br/esaj, informe o processo 0812166-23.2016.8.12.0001 e código 1896BEAE.