



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

fls. 1

fls. 161

EXMO. SR. DR. JUIZ DE DIREITO DA __ VARA DE DIREITOS DIFUSOS,
COLETIVOS E INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS DA COMARCA DE CAMPO
GRANDE/ MS.

Notícia de Fato nº 01.2017.00001866-7/Procedimento Preparatório nº 06.2017.00000730-4

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO ESTADO
DE MATO GROSSO DO SUL, por meio da 25ª Promotoria de Justiça do Consumidor
desta comarca, vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência para, com fulcro no art.
129, inc. II e III, da Constituição Federal; nos arts. 81, 82, inciso I, todos do Código de
Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), e nos arts. 1º, inciso II, 5º, inciso I, da Lei nº
7.347, de 24 de julho de 1985 e no artigo 47 da Lei n. 12.529/2011 propor

**AÇÃO CIVIL PÚBLICA COM PEDIDO LIMINAR DE ANTECIPAÇÃO DE
TUTELA**

a ser processada pelo rito ordinário, em face de **LOJAS
AVENIDA S/ A. (atual denominação da Lojas Avenida LTDA)**, pessoa jurídica de
direito privado, inscrita no CNPJ nº 00.819.201/0013-59, com endereço na Rua Dom
Aquino, nº 1379, Centro, nesta capital e **CLUB MAIS ADMINISTRADORA DE
CARTÕES LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº
21.600.988/0001-08, com endereço na c, nº 503, Conjunto 2201, 2202 e 2203, bairro
Alphaville Industrial, em Barueri/SP , pelos fatos e fundamentos de direito a seguir
expostos:

1- DA LEGITIMIDADE:

A presente ação está amparada na Lei Federal nº 7.347/85, que

CAMPO GRANDE-MS

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por MARCUS VINICIUS TIEPPO RODRIGUES. Para conferir o original, acesse o site <http://consultaprocedimento.mpms.mp.br/>, informe o processo 08.2017.00164920-5 e o código 233A87.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

introduziu em nosso direito a denominada "Ação Civil Pública" para a proteção dos chamados interesses difusos e coletivos e legitimou o Ministério Público para sua propositura.

Com o advento da Constituição Federal de 1988, o campo de atuação da Ação Civil Pública foi alargado, com a inclusão dos interesses coletivos "ex vi" do disposto no art. 129, inciso III, da Constituição Federal¹.

Mais recentemente, seguindo os passos do Constituinte e da Lei da Ação Civil Pública, o Código de Defesa do Consumidor, em seus artigos 81 e 82, I², atribuiu ao Ministério Público a defesa coletiva, nos mesmos termos dispõe o art. 25 da Lei Orgânica Nacional do Ministério Público³.

Como se percebe, portanto, é o Ministério Público legitimado para a propositura de ação civil pública, e, por consequência, de medidas cautelares suficientes ao seu resguardo para a tutela de todos os interesses transindividuais, divisíveis ou não, previstos em Lei. Especificamente no caso em estudo, a Ação Civil Pública tem por escopo a proteção dos interesses da coletividade de consumidores que são lesados através de práticas abusivas e cobranças indevidas, originados através de VENDA CASADA.

Observa-se, assim, que a Lei de Proteção ao Consumidor distinguiu três espécies de interesses passíveis de tutela, os difusos, os coletivos, e os individuais homogêneos, concedendo, através de seu art. 117, legitimidade ao Ministério Público para postular em qualquer âmbito.

¹ Art. 129 - São funções institucionais do Ministério Público:

(...) III - promover o inquérito civil e a ação civil pública, para a proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos;

² Art. 81 - A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercido em juízo individualmente ou a título coletivo.

Art. 82 - Para fins do art. 100, parágrafo único, são legitimados concorrentemente:

I - o Ministério Público (...)

³ Art. 25 - Além das funções previstas nas Constituições Federal e Estadual, na Lei Orgânica e em outras leis, incumbe, ainda, ao Ministério Público:(...) IV - promover inquérito civil e a ação Civil pública, na forma da lei:

a) para proteção, prevenção e reparação de danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, aos bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, paisagístico, e a outros interesses difusos, coletivos e individuais indisponíveis e homogêneos.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

O art. 1º, inciso IV, da Lei nº 7.347/85, com a redação dada pelo art. 110 do Código do Consumidor, previa as hipóteses de cabimento da ação civil pública quando a matéria versasse sobre a proteção de qualquer interesse ou direito difuso ou coletivo.

No caso vertente, busca-se o resguardo de interesse difuso que aproveita a um volume indeterminado de pessoas consumidoras lesadas por práticas abusivas e cobranças indevidas oriunda de vendas casadas por parte das empresas **LOJAS AVENIDA S/ A e CLUB MAIS ADMINISTRADORA DE CARTÕES LTDA.**

Assim, inquestionável a legitimidade do Ministério Público para a propositura da presente ação civil pública.

2 – DOS FATOS:

A investigação em sede de procedimento preparatório teve origem em pedido de providências realizado pelo Sr. Renan Quintana (fls. 3/7). Alega o reclamante que é titular de um cartão de crédito administrado pela Club Mais. No bojo da reclamação, consta que o Sr. Renan, na data de 14/05/2016, compareceu até a Loja Avenida para quitar todos os débitos em uma única oportunidade. Mediante a isso, houve o pagamento integral de todo o débito conforme comprovante à fl. 33 – PP. Para a surpresa do ora reclamante, no mês subsequente ao pagamento recebeu correspondência da requerida comunicando que havia débitos existentes e em atraso.

Ao analisar a fatura recebida (fl. 34 – PP), o reclamante observou que na descrição, que só havia cobrança de taxas, impostos e seguros que sequer, chegam próximo ao valor total cobrado, alegando que não contratou nenhuma das taxas cobradas pela administradora de cartões. Tal fato foi levado ao conhecimento do Poder Judiciário em via individual através dos autos nº 0809239-87.2016.8.12.0110 que tramitou na 2ª Vara do Juizado Especial Central, na qual em sentença (fls. 27/30 – PP), o MM. Juiz declarou a

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

fls. 4

fls. 164

inexistência do débito ora cobrado, bem como, condenou a empresa administradora a indenizar moralmente o reclamante, sob a seguinte alegação, *in verbis*:

“A tenta que o débito discutido quase que em sua totalidade, trata-se da cobrança de seguros (f. 28), os quais são facilmente perceptíveis, que o negócio realizado entre as partes, refere-se a “venda casada”, o qual através da aquisição de determinado produto é embutido um seguro nas prestações daquele, tenho por impróprio tal procedimento”. (grifo nosso).

“Apesar da empresa ré, juntar aos autos cópias das propostas de adesão aos serviços de seguros assinadas pelo autor, fica evidente que os referidos contratos possuem campos em branco, constando apenas seu nome e CPF, não apresentando sequer certificado dos referidos seguros. (fls. 93/96). (grifo nosso).

Na referida reclamação, o reclamante juntou cópia de propostas de seguros e detalhamento de débitos (fls. 10/16 – PP), Sentença condenatória dos autos nº 0809239-87.2016.8.12.0110 (fls. 27/30 – PP), demais comprovantes e faturas (fls. 33/38 – PP) e petição inicial em via individual, por intermédio de seus patronos (fls. 39/60 – PP), bem como pugnou a esta Douta Promotoria, que os consumidores que comparecem à Loja Avenida para abrir crediário estão condicionados à venda casada, de taxas, seguros e serviços, afirmando que as propostas são impostas aos consumidores como condicionantes à abertura de crédito.

Com base nas alegações, foi instaurado nesta 25ª Promotoria de Justiça a **Notícia de Fato nº 01.2017.00001866-7**, sendo posteriormente convertida em **Procedimento Preparatório sob o nº 06.2017.00000730-4**, com o flito de investigar as irregularidades apontadas na reclamação, no que tange a venda casada por parte das empresas rés.

Oficiada a requerida para que prestasse esclarecimentos acerca da

CAMPO GRANDE-MS

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por MARCUS VINICIUS TIEPPO RODRIGUES. Para conferir o original, acesse o site <http://consultaprocedimento.mpms.mp.br/>, informe o processo 08.2017.00164920-5 e o código 233A87.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

fls. 5

fls. 165

denúncia, esta informou, que as empresas são cumpridoras de suas obrigações, não realizando qualquer infração, prática enganosa, abusiva ou contrária a legislação vigente, muito menos a consumerista, informando ainda que ofertam outros serviços/produtos, prestando aos mesmos todos os esclarecimentos e informações quanto aos serviços que se interessarem a contratarem, ressaltando que não há configuração de venda casada no caso apresentado pelo reclamante.

Com o escopo de subsidiar o Procedimento Preparatório, expediu-se Ofício ao PROCON deste Estado para informar existências de reclamações de outros consumidores em face das empresas réis, acerca do objeto alvo da reclamação.

Juntou-se cópia das reclamações registradas (fls. 129/135 – PP), onde restou comprovado que a prática abusiva das empresas réis, afrontam veemente a legislação consumerista perante a coletividade de consumidores.

2.1 – RECLAMAÇÕES REGISTRADAS – LOJAS AVENIDA.

2.1.1 – SR. JOSÉ ANGELO CHAVES:

Caso análogo ocorreu com o Sr. José, na qual se direcionou até o PROCON/MS solicitando providências, *in verbis*:

“O consumidor alega que vem sendo descontado em suas faturas seguros ao qual não contratou. Sendo um no valor de R\$ 3,99 denominado SEGURO PROTEÇÃO DA SORTE e outro no valor de R\$ 2,00 denominado SEGURO CARTÃO MAIS PROTEGIDO. Diante o exposto, o consumidor requer que sejam restituídos os valores cobrados indevidamente desde que foram lançados”.

2.1.2 – SRA. NADIR DE MIGUEL SOUZA:

CAMPO GRANDE-MS

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por MARCUS VINICIUS TIEPPO RODRIGUES. Para conferir o original, acesse o site <http://consultaprocedimento.mpms.mp.br/>, informe o processo 08.2017.00164920-5 e o código 233A87.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

Com a Sra. Nadir não foi diferente, senão vejamos:

“A consumidora relata estar recebendo cobranças da empresa reclamada, referente à seguros. Porém, em nenhum momento a consumidora fez o pedido de algum seguro. A última cobrança veio no valor de R\$ 71,33. Porém, a consumidora entrou em contato com a empresa, e recebeu a informação que a dívida já está no valor de R\$ 99,00. Ante o exposto a consumidora requer os devidos esclarecimentos, bem como o cancelamento de quaisquer cobranças em seu nome referente à seguros, pois não fez o pedido do mesmo”.

2.2 – RECLAMAÇÕES REGISTRADAS – CLUB MAIS ADMINISTRADORA DE CARTÕES.

2.2.1 – SRA. IRMA GOMES DA SILVA:

Tal fato se repetiu novamente:

“Consumidora reclama, pois vem recebendo ligações referentes a cobranças sobre seguros de carro, porém consumidora não possui carro e nunca autorizou seguro em seu nome, o fornecedor além de importuna-la com ligações constantes, envia carta de cobrança, com divergência de informações (...)”.

2.2.2 – SRA. FABRÍCIA RICARTES DE OLIVEIRA:

“A consumidora contratou o cartão de crédito da empresa citada, e seria efetivado se houvesse uma compra, o que então feito no valor de R\$ 13,00 em 24/07/2015 e mas ocorreu que foi feito a compra, mas adicionado outras cobranças no seu cartão de seguros que a consumidora não foi devidamente informada e não quer estes serviços. Depois de ir até a loja e solicitar

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

esclarecimentos, apenas obteve respostas negativas, e inclusive, solicitou o contrato de adesão dos seguros cobrados indevidamente, mas não foi encontrado no sistema da reclamada, então já solicitou o cancelamento do cartão na loja, e as cobranças estão com os encargos de juros e mais os seguros que não autorizou e a compra ainda está sendo recebida”.

2.2.3 – SRA. MARCIA REGINA DE SOUZA:

“A consumidora relata que recebeu uma ligação da referida empresa, onde ofereceram uma proposta de um plano odontológico, onde o valor custaria R\$ 20,00 mensais. A consumidora então perguntou para o atendente se caso solicitasse o cancelamento do cartão seria gerado alguma multa, e o atendente informou que não. Ocorre que a consumidora aceitou a proposta, porém ao receber sua fatura, verificou que o valor estava acima do ofertado. Contudo, a consumidora entrou em contato para pedir esclarecimentos e solicitar o cancelamento, porém não houve sucesso”.

Insta salientar que, foram constatadas nos juizados e demais comarcas do Estado **184 (cento e oitenta e quatro) processos** de semelhante ou próximo ao objeto envolvendo a Loja Avenida (fls. 137/154 – PP) e **55 (cinquenta e cinco) processos** envolvendo a Club Mais Administradora de Cartões.

De tal modo, as empresas ré s agem em conjunto, os clientes são atendidos primeiramente por vendedores da Loja Avenida, que “empurram” diversos documentos aos consumidores como condicionantes à abertura de crediário, que sequer pode os ler, na qual estes, se tornam alvo para a prática golpista da Loja, já que se não houver a assinatura de tais documentos, os consumidores não terão direito à descontos e o crediário da loja. **DESRESPEITO COM A LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA E COM**

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

fls. 8

fls. 168

O CONSUMIDOR.

MM Juiz, imagina-se a quantidade de clientes idosos ou com pouca instrução, sendo condicionados à documentos pela loja ré, que nem se quer podem ler, já que as letras miúdas (fls. 10/16 – PP), mascaram informações que jamais serão esclarecidas a qualquer consumidor que pretende abrir um crediário à loja requerida.

Veemente, a abertura de crediário na Loja requerida, bem como o cartão de crédito administrado pela empresa ré, tem trazido muitos aborrecimentos e prejuízos aos consumidores, que vem sendo cobrados por ambas, inscritos no SPC e SERASA devido a saldos devedores gerados pelo débito das taxas, seguros e promoções que sequer contrataram. A grande maioria dos consumidores são trabalhadores de baixa remuneração, por tal modo, optam por aceitar o cartão de crédito da Club Mais para parcelar o crediário, porém, são condicionados à diversos documentos já mencionados.

Inobstante a isso, após feito o crediário, o consumidor recebe um cartão de crédito especial administrado pela Club Mais, que se encarrega de cobrar as taxas, seguros, promoções, impostos que sequer o consumidor solicitou, ou teve ao menos anuência.

Ressalte-se que os consumidores que fizeram as reclamações no PROCON/MS não devem ser vistos como os únicos lesados, afinal qualquer cliente que se direciona até uma das lojas da requerida para abrir crediário, está estes, condicionados à venda casada, porém, não são todos que chegam a formular uma reclamação no órgão protetor.

Por todo o exposto, vê-se que as requeridas realizam cobrança de seguros, taxas e promoções sem anuência ou contratação prévia do consumidor, exigindo ainda a obrigação de pagamento, na qual não se vê outra medida a ser adotada, senão a via judicial para requerer o que é de direito aos consumidores, hipossuficientes, que estão sendo lesados pelas práticas omissivas e abusivas das rés, assim como para impedir que as mesmas continuem a atuar da forma displicente como vem atuando.

CAMPO GRANDE-MS

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por MARCUS VINICIUS TIEPPO RODRIGUES. Para conferir o original, acesse o site <http://consultaprocedimento.mpms.mp.br/>, informe o processo 08.2017.00164920-5 e o código 233A87.



3 – DO DIREITO:

3.1) DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR:

Observa-se pelos fatos narrados anteriormente que a empresa requerida, desenvolve atividades que agridem violentamente os direitos básicos do consumidor, de modo difuso.

De fato, a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), que teve sua gestação iniciada com o mandamento contido no artigo 5º, XXXII, da Constituição Federal, consoante dispõe seu art. 1º, traduz norma de ordem pública e interesse social. O direito do consumidor é sucedâneo do direito de cidadania, pois é inadmissível que o cidadão consumidor, em situação de inferioridade econômica ou técnica perante grupos empresariais que dominam o mercado de consumo se submeta a práticas atentatórias contra sua dignidade e seu patrimônio.

Rizzato Nunes, em sua obra “Curso de Direito do Consumidor”, coloca o princípio da Dignidade como um dos mais importantes princípios constitucionais a serem observados. Nas palavras do citado doutrinador:

*“É ela, a dignidade, o ultimo arcabouço da guarida dos direitos e o primeiro fundamento de todo o sistema constitucional. (...) Esse fundamento funciona como princípio maior para a interpretação de todos os direitos e garantias conferidos às pessoas no texto constitucional”.*⁴

Foi dentro desse espírito que o art. 4º, do CDC, ao estabelecer a política nacional de atendimento às necessidades dos consumidores elegeram como metas o respeito à dignidade, à saúde, a segurança e a proteção a seus interesses econômicos.

No mesmo sentido é o artigo 4º, I, do CDC, que estabelece como

⁴ NUNES, Rizzato, Curso de Direito do Consumidor, 7ª ed. Revisada e atualizada, São Paulo: Saraiva, 2012.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

fls. 10 fls. 170

valor principal o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo. A razão desta proteção é simples e notória: o consumidor é o elo mais fraco da economia e é relevante que uma lei especial (o CDC) venha conferir-lhe uma tutela maior, senão vejamos o contexto *in verbis*:

“Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;”

Dito de outra forma, o Código de Defesa do Consumidor veio amparar a parte mais fraca nas relações jurídicas de consumo, apresentando-se marcadamente protecionistas, daí que mais justificadas determinadas ferramentas que reequilibrem a relação fornecedor/prestador X consumidor, já tão desequilibrada na prática.

Assim, a prática da venda casada pelas empresas réis, bem como a cobrança de serviços, taxas, seguros e promoções sem que o consumidor solicite ou tenha conhecimento é um grande afronto a legislação. As empresas requeridas praticam verdadeiro atentado, difusamente, contra direitos básicos do consumidor, notadamente, a dignidade e patrimônio. De fato, é inaceitável que o cidadão seja condicionado à um “bolo” de documentos, na qual sequer podem os ler, sem prévia solicitação ou anuência, além de realizar a negativação indevida dos mesmos perante os órgãos de restrição.

Os elementos colhidos no procedimento em trâmite nesta Promotoria de Justiça demonstram a prática de conduta atentatória à dignidade e ao patrimônio do consumidor, difusamente considerado.

CAMPO GRANDE-MS

Este documento é cópia do original assinado digitalmente por MARCUS VINICIUS TIEPPO RODRIGUES. Para conferir o original, acesse o site <http://consultaprocedimento.mpms.mp.br/>, informe o processo 08.2017.00164920-5 e o código 233A87.



Com isso, a conduta violadora, que constitui requisito para a responsabilização civil que adiante se pleiteará, está satisfatoriamente demonstrada.

3.2) BOA FÉ E EQUILÍBRIO NAS RELAÇÕES ENTRE CONSUMIDOR E FORNECEDORES:

Com efeito, dispõe o Código de Defesa do Consumidor que:

“Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

(...)

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

A boa-fé constitui um dos princípios basilares das relações de consumo e consiste no dever de lealdade e honestidade recíprocas que devem ter o fornecedor e o consumidor, um com o outro. É uma regra de conduta a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. Constitui, assim, cláusula implícita e obrigatória de todo contrato de consumo, que deve se manifestar antes, durante e após a relação estabelecida entre consumidor e fornecedor.

CAMPO GRANDE-MS



Percebe-se, pois, que, diante da prática das vendas casadas, praticadas pelas empresas Requeridas, há desconformidades entre a conduta e a boa-fé que se manifesta **pré-contratualmente**, quando a empresa embute o serviço, taxas e seguros, **sem solicitação e conhecimento do consumidor; na vigência do contrato**, porque o consumidor contratou um serviço, mas não sabe que o fez, não usufruindo, caso necessite, do mesmo; e **pós-contratualmente**, que são os obstáculos criados pelo fornecedor, ludibriando o consumidor para que o mesmo não exerça o seu direito de desistência.

Já o equilíbrio de direitos e deveres equivale à paridade de prestações que uma parte deve ter para com a outra, ou seja, o fornecedor não pode estabelecer vantagens para si que coloquem o consumidor em manifesta desvantagem.

CLÁUDIA LIMA MARQUES⁵, discorrendo sobre a redação e execução dos contratos relativamente à boa-fé, ensina que:

“O Código de Defesa do Consumidor impõe para as relações envolvendo prestação de serviços onerosos no mercado um patamar mínimo de boa-fé objetiva nesses contratos e relações de consumo (art. 4º, III, do CDC). Boa-fé significa aqui um nível mínimo e objetivo de cuidados, de respeito e de tratamento leal com a pessoa do parceiro contratual e seus dependentes. Este patamar de lealdade, cooperação, informação e cuidados com o patrimônio e a pessoa do consumidor são impostos por norma legal, **tendo em vista a aversão do direito ao abuso e aos atos abusivos praticados pelo contratante mais forte, o fornecedor, com base na liberdade assegurada pelo princípio da autonomia privada. O CDC presume o consumidor como parceiro contratual mais vulnerável por lei (art. 4º, I, do CDC) e impõe aos fornecedores de serviço no mercado brasileiro**

⁵ Expectativas legítimas dos consumidores nos planos e seguros privados de saúde e os atuais projetos de lei, em Revista de Direito do Consumidor, Ed. Revista dos Tribunais, n. 20, outubro/dezembro de 1996. p. 74



um patamar mínimo de atuação conforme à boa-fé. O princípio da boa-fé nas relações de consumo, incluindo as envolvendo direta ou indiretamente a prestação de serviços de saúde (art. 3º, parágrafo 2º, do CDC), atua limitando o princípio da autonomia da vontade (art. 170, caput e inciso V, da Constituição Federal/88) e combatendo os abusos praticados no mercado” (grifou-se).

Assim, a prática comercial das Requeridas viola a boa-fé e não respeita o equilíbrio da relação entre as partes envolvidas no negócio comercial, impondo ao consumidor um pagamento quase compulsório por serviço que o mesmo nem sequer terá a oportunidade de usufruir, pois nem sabe que possui.

3.3) DO DEVER DE INFORMAÇÃO:

A omissão, a precariedade e a lacuna – muitas vezes intencionais – eram recorrentes, antes do advento da legislação consumerista, entretanto a Lei 8.078/90 dispõe, expressamente, como direito básico do consumidor a informação, segundo o art. 6º, III:

“Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

(...) I

II – a informação **adequada e clara** sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;” (grifo nosso)

E a informação, adequada e clara, é a pedra angular do Diploma Consumerista, erigindo-se como **direito subjetivo básico**, que confere ao consumidor o poder de praticar o ato de consumo como resultado de processo de escolha livre e consciente. Em contrapartida, surge para o fornecedor o **dever de informação** quanto ao conteúdo das obrigações que o hipossuficiente estará contraindo.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

Nelson Nery Júnior⁶, discorrendo sobre o tema, dispõe:

“o fornecedor deverá **ter a cautela** de oferecer oportunidade ao consumidor para que, antes de concluir o contrato de consumo, tome conhecimento do conteúdo do contrato, como **todas as implicações consequenciais daquela contratação no que respeita aos deveres e direitos de ambos os contratantes**. Não sendo dada essa oportunidade ao consumidor, as prestações por ele assumidas no contrato, sejam prestações que envolvam obrigação de dar como de fazer ou não fazer, **não o obrigarão**.” (grifo nosso).

Assim, a informação passou a ser componente necessário do produto e do serviço, que não podem ser oferecidos no mercado sem ela.

Destaque-se o artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor, o qual assim dispõe sobre o dever de informação:

“**Art. 31.** A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações **corretas, claras, precisas**, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.” (grifo nosso).

No caso em exame, não há sequer informação dada ao consumidor! Quanto mais dizer ser a mesma “correta, clara e precisa”

Não se pode conceber, assim, em uma relação de consumo, uma informação equivocada capaz de induzir o consumidor ao erro, pois a informação é um elemento imprescindível de todo e qualquer produto e serviço oferecidos no mercado.

⁶ GRINOVER, Ada Pellegrini. Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto –ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. 4NUNES, Luis Antônio Rizzatto – Curso de Direito do consumidor – 8.ed.rev.e atual – São Paulo: Saraiva, 2013, pág. 185.



3.4) DA VENDA CASADA:

A venda casada consiste na prática comercial de condicionar a venda de um produto ou serviço à compra de outro item. Tal conduta se afigura abusiva e, conseqüentemente, ilegal, segundo o art. 39, I, da Lei 8.078/90:

“Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, (...);”

O que o Código de Defesa do Consumidor prestigia é a ampla liberdade de escolha do consumidor em relação àquilo que deseja consumir. Nesse sentido, vincular a venda de um produto ou serviço a outro tem o condão de macular a livre manifestação de vontade do consumidor, revelando-se contrária à lógica do diploma consumerista.

Assim, não pode o fornecedor fazer qualquer tipo de imposição ao consumidor quando da aquisição de produtos ou serviços, nem mesmo quando este adquire outros produtos ou serviços do mesmo fornecedor.

A doutrina costuma classificar a prática de venda casada em *stricto sensu* e *lato sensu*.

A *venda casada stricto sensu* é aquela em que o consumidor fica impedido de consumir, a não ser que consuma também outro produto ou serviço.

Na *venda casada lato sensu*, por sua vez, o consumidor pode adquirir o produto ou serviço sem ser obrigado a adquirir outro. Todavia, se desejar consumir outro produto ou serviço, fica obrigado a adquirir ambos do mesmo fornecedor, ou de fornecedor indicado pelo fornecedor original.

CAMPO GRANDE-MS



Tanto a venda casada *stricto sensu* quanto a *lato sensu* são consideradas práticas abusivas, pois interferem indevidamente na vontade do consumidor, que fica enfraquecido em sua liberdade de opção.

3.5) DA RESPONSABILIDADE OBJETIVA DAS RÉS:

Demonstrou-se, até aqui, a conduta lesiva das requeridas, a produção de danos morais na ordem difusa e a plena relação de causalidade entre o comportamento infrator e a emergência dos danos.

Embora evidenciado pelos elementos contidos no procedimento de investigação intenso desrespeito das rés aos direitos básicos dos consumidores, o que torna despicienda a comprovação do dolo ou da culpa.

Outrora, Zelmo Denari, um dos autores do anteprojeto do CDC, afirma que:

“No vício de segurança, o defeito do produto e/ou serviço geralmente é oculto apresentando-se apenas após a utilização do mesmo que venha ocasionar os danos advindos de acidente do consumo, “supõem, como um “prius” a manifestação de um defeito do produto ou serviço e como um ‘posterius’ um evento⁷ danoso”. E, ainda, na segunda hipótese o defeito costuma ser oculto, pois o evento danoso somente se manifesta na fase mais avançada do consumo, ou seja, durante sua utilização ou fruição, e a Lei do Consumidor dela se ocupa ao

⁷ Código Brasileiro de defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto, São Paulo, Forense, 04ª ed., 1994, p.165



disciplinar a responsabilidade pelo fato do produto ou serviço, como aconteceu no presente caso" (grifo nosso)

Assim, pode-se pautar na doutrina e também no legislador pátrio, que inferem a responsabilização objetiva nas relações de consumo, eis que, na maioria das vezes, como no caso em questão, a relação é de hipossuficiência do consumidor em comparação ao fornecedor, senão vejamos o art. 12º do CDC:

Art. 12º - O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador, respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeito decorrente a projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequada sobre sua utilização e riscos.

Contanto que, a responsabilidade civil encontra-se no rompimento do equilíbrio patrimonial provocado por um dano, ou seja, é o dever contraído pela parte que provocou o dano a outrem ante a inobservância, indenizar difusamente a parte afetada pelo dano coletivo ocorrido trazendo o patrimônio agredido ao estado inicial.

Portanto, a responsabilidade do fornecedor na relação de consumo, se resume em amparar difusamente o fato danoso, de modo a preservar sua segurança, dignidade, proteção dos interesses econômicos, etc.

Dessa forma, a indenização postulada na vertente ação civil pública, atinente a danos morais causados à coletividade, independe da demonstração do

CAMPO GRANDE-MS



dolo ou da culpa, bastando para o êxito da pretensão a prova do dano e de sua relação de causalidade com a conduta dos requeridos.

3.6) DA PRÁTICA ABUSIVA:

Os fatos narrados na presente inicial, em conjunto com os documentos acostados a ela, comprovam que a conduta da requerida, frente a seus consumidores, vão de encontro ao Código de Defesa do Consumidor, configurando em prática comercial abusiva e lesiva aos princípios básicos do direito do consumidor, a saber, princípio da transparência, da boa-fé objetiva, da lealdade, da informação, da confiança e outros.

O Código de Defesa do Consumidor é um microsistema jurídico que rege relações contratuais em que o sujeito ativo e passivo estão em desequilíbrio de forças para contratar e tem por fim equilibrar as forças dos contratantes para preservar a autonomia racional da vontade dos consumidores para que possam ser emitidas de forma refletida, autônoma e livre de pressões. Para tal desiderato, as normas jurídicas deste microsistema **são de ordem pública**, conforme inteligência do seu artigo 1º do CDC e impõe deveres aos fornecedores que devem ser cumpridos sob pena de incidirem em ilicitude civil.

Os deveres dos fornecedores, insculpidos na filosofia consumerista, determinam que estes devem pautar a sua conduta com os consumidores na venda de seus produtos e serviços com cooperação, lealdade, transparência, boa-fé, gerando confiança e informando o consumidor sobre os seus produtos.

De outro lado, cumpre ressaltar que um dos requisitos do Direito Empresarial na conceituação da figura do empresário é justamente o monopólio da informação detido por este, pois é o empresário/fornecedor que organiza sua atividade avaliando os riscos de seu negócio. Assim, ele tem total noção de todos os riscos da atividade, permanecendo numa situação privilegiada em relação ao consumidor.

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

É justamente por conhecer seu produto ou serviço é que tem ele o dever de informar o seu parceiro contratual – o consumidor – sempre vulnerável nessa relação.

A legislação consumerista dispõe acerca dos direitos básicos do consumidor, dentre os quais: *“A proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem **contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços**”* (art. 6º, IV).

Nesse ponto, primeiramente cumpre-nos esclarecer o que vem a ser prática abusiva. Conforme o ministro do Superior Tribunal de Justiça, Antônio Herman de Vasconcelos e Benjamin, *“prática abusiva (lato sensu) é a desconformidade com os padrões mercadológicos de boa conduta em relação ao consumidor”*.

Tais condutas ilícitas estão elencadas no art. 39 da Lei nº. 8078/90. Trata-se de rol meramente exemplificativo e não taxativo. E isso porque, de acordo com Benjamin: *“Não poderia o legislador, de fato, listar, à exaustão, as práticas abusivas. O mercado de consumo é de extremada velocidade e as mudanças ocorrem da noite para o dia. Por isso mesmo é que se buscou deixar bem claro que a lista do art. 39 é meramente exemplificativa, uma simples orientação ao intérprete”*.

Dito isto, voltemos agora ao Código de Defesa do Consumidor, especificamente ao seu art. 39, III, que preceitua:

“Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

(...)

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

IV – prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;”

Como se depreende da dicção legal, o produto ou serviço só pode ser fornecido desde que haja solicitação prévia. No entanto, nossa realidade fática revela situação bem diversa.

É importante ressaltar que contra a prática discutida nesta ação, o consumidor não possui defesa, por viver no desconhecimento, ao contar com a boa-fé e com a oferta feita, o cliente não tem ciência de que contratou determinado serviço. E ainda, como narrado, quando percebe que tem direito a alguma defesa, o consumidor não é incentivado pela própria empresa a fazê-la, já que é enganado e levado a crer que não há nada de errado com a sua compra.

Além disso, caso o consumidor não pague pelos seguros e promoções **não solicitados**, corre o risco de ter seu nome inscrito no cadastro do SPC/SERASA. Nesse contexto, cabe citar o parágrafo único do art. 42: *“O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável”*.

Destarte, cabe indenização por danos morais, nos moldes do art. 5º, incisos V e X, da Constituição Federal de 1988:

“Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

imagem;

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação."

Rizzato Nunes analisa essa prática abusiva da seguinte maneira:

"A norma é taxativa em proibir o envio ou a entrega ao consumidor sem que este tenha previamente solicitado qualquer produto ou serviço. O parágrafo único sanciona a violação à proibição, dispondo que o produto e o serviço enviado ou entregue sem solicitação tornem-se gratuitos, equiparando-se às conhecidas "amostras grátis" que os fornecedores utilizam para promover seus produtos e serviços." (op. Cit.)

Além disso, ao enganar o consumidor, vendendo-lhe um serviço que o mesmo sequer tem a noção de que contratou, e, por conseguinte, dele não pode usufruir, verifica-se que o consumidor é colocado em desvantagem exagerada, e, ainda, incompatível com a boa fé, de modo que a contratação é maculada, de acordo como o art. 51, IV do Código de Defesa do Consumidor, que preleciona:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

(...)

IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

(...)

XV - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor;

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

(...)

§ 1º *Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que:*

I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;

II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual;

III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.

Segundo ensinamentos doutrinários dos autores do anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor⁸:

“O inciso tem por objeto proteger o consumidor ingênuo e não informado, proteção essa que se encontra inserida no art. 46 do CDC, que impõe ao fornecedor o ônus de informar o consumidor sobre o conteúdo efetivo do contrato, esclarecendo-o sobre eventuais dúvidas, sob pena de estipulação contratual não obrigar o consumidor.”

Inquestionavelmente, a conduta perpetrada pelas requeridas tem subsunção aos artigos supracitados e configuram uma prática abusiva a qual deve ser coibida pelo Poder Judiciário, impedindo o enriquecimento ilícito das requeridas e exigindo a adequação da sua conduta aos deveres impostos pelo Ordenamento Jurídico Consumerista.

3.7) DO DANO MORAL COLETIVO

Hodiernamente o ordenamento jurídico pátrio vem pacificando a

⁸ GRINOVER, Ada Pellegrini; JÚNIOR, Nelson Nery; e outros. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: Comentado pelos autores do anteprojeto. 10 ed. Revista, atualizada e reformulada. Rio de Janeiro: Forense, 2011, vol. 1. p. 583.



questão do dano moral coletivo⁹, admitindo que se há um ato ilícito que merece ser reparado em alcance individual, com mais razão ainda é de se reconhecer a necessidade de reparação de um dano cuja abrangência transcende a uma só pessoa, demonstrando maior gravidade da lesão, dentre outros argumentos.

Ao dissertar sobre o tema, ANDRÉ DE CARVALHO RAMOS¹⁰ pontifica:

“(…) é preciso sempre enfatizar o imenso dano moral coletivo causado pelas agressões aos interesses transindividuais. Afeta-se a boa-imagem da proteção legal a estes direitos e afeta-se a tranqüilidade do cidadão, que se vê em verdadeira selva, onde A LEI DO MAIS FORTE IMPERA.

Tal intranqüilidade e sentimento de despreço gerado pelos danos coletivos, justamente por serem indivisíveis, acarretam lesão moral que também deve ser reparada coletivamente. Ou será que alguém duvida que o cidadão brasileiro, a cada notícia de lesão a seus direitos não se vê desprestigiado e ofendido no seu sentimento de pertencer a uma comunidade séria, onde as leis são cumpridas? A expressão popular ‘o Brasil é assim mesmo’ deveria sensibilizar todos os operadores do Direito sobre a urgência na reparação do dano moral coletivo”.

Referido autor também salienta a importância que reveste a reparação do dano moral coletivo:

“(…) deve o magistrado levar em consideração que a reparação do dano moral coletivo representa para a coletividade um reconhecimento pelo Direito de valores sociais essenciais, tais quais a imagem do serviço público, a integridade de nossas leis e outros, que compõem o já

⁹ “O passo inicial para a aceitabilidade do dano moral coletivo foi a admissão da tutela da honra objetiva da pessoa jurídica. Evolui-se para a concepção de que um ente criado por lei (pessoa jurídica) pode ser vítima de dano moral, pois lhe reconhece a titularidade de direitos imateriais como o nome e a reputação. Portanto, o mesmo raciocínio pode ser utilizado para um ente despersonalizado (coletividade)” (in SANTANA, Héctor Valverde. *Dano moral no direito do consumidor*. Apresentação: Claudia Lima Marques. São Paulo: RT, 2009. p. 168.)

¹⁰ RAMOS, André de Carvalho. *A ação civil pública e o dano moral coletivo*. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. p. 83.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

*fragilizado conceito de cidadania do brasileiro. Só com o reconhecimento da reparação do dano moral coletivo que poderemos recompor a efetiva cidadania de cada um de nós*¹¹.

De fato, é preciso ater-se para a realidade de que a coletividade (em que pese consista em um ente despersonalizado) possui relevantes valores morais que merecem ser preservados com muito mais rigor, mormente em virtude de sua dimensão, do que a moral individual:

“Devemos ainda considerar que o tratamento transindividual aos chamados interesses difusos e coletivos origina-se justamente da importância destes interesses e da necessidade de uma efetiva tutela jurídica. Ora, tal importância somente reforça a necessidade de aceitação do dano moral coletivo, já que a dor psíquica que alicerçou a teoria do dano moral individual acaba cedendo lugar, no caso do dano moral coletivo, a um sentimento de desapreço e de perda de valores essenciais que afetam negativamente toda uma coletividade. Imagine-se o dano moral gerado por propaganda enganosa ou abusiva. O consumidor em potencial sente-se lesionado e vê aumentar seu sentimento de desconfiança na proteção legal do consumidor, bem como no seu sentimento de cidadania. Como lembra o estudioso Carlos Alberto Bittar Filho: ‘Quando se fala em dano moral coletivo, está-se fazendo menção ao fato de que o patrimônio valorativo de uma certa

¹¹ RAMOS, André de Carvalho. A ação civil pública e o dano moral coletivo. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. p.87.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

*comunidade (maior ou menor), idealmente considerado, foi agredido de maneira absolutamente injustificável do ponto de vista jurídico”.*¹²

É, portanto, um grave equívoco negar à coletividade a titularidade de patrimônio moral passível de ser agredido¹³ (logo, passível também de reparação), porquanto quando seu valor extrapatrimonial é invadido, surge, no seio dos indivíduos que a compõem, um sentimento de despreço que abala a confiança na proteção legal desses direitos, o que, por sua vez, atinge a tranquilidade das relações sociais.

Sob outro enfoque, acaso não se reconhecesse a reparabilidade do dano moral de forma coletiva, inviabilizar-se-ia a indenização de todos os lesados, porquanto também seria descabido relegar ao plano individual a reparação de dano coletivamente causado. É o que argumenta o mesmo autor:

*“Não podemos tutelar coletivamente, então, a reparação material de violações de interesses materiais e deixar para a tutela individual a reparação do dano moral coletivo. Tal situação é um contra-senso, já que não podemos confundir o dano moral individual com o dano moral coletivo”*¹⁴

Mais adiante, ANDRÉ DE CARVALHO RAMOS prossegue no entendimento acima exposto:

¹² RAMOS, André de Carvalho. A ação civil pública e o dano moral coletivo. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. pp. 82-83.

¹³ “A coletividade é titular de valores materiais e imateriais protegidos pelo sistema jurídico, mas que não se confundem com o patrimônio material ou moral dos indivíduos que a compõem. Existem valores próprios da coletividade, tais como a dignidade, honra, bom nome, reputação, tradição, paz, tranquilidade, liberdade, dentre outros aspectos relacionados aos direitos da personalidade” (SANTANA, Héctor Valverde. *Dano moral no direito do consumidor*. Apresentação: Claudia Lima Marques. São Paulo: RT, 2009. p. 170.)

¹⁴ RAMOS, André de Carvalho. A ação civil pública e o dano moral coletivo. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. p. 84.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

“O ataque a valores de uma comunidade, além dos danos materiais que gera, acarreta indiscutível necessidade de reparação moral coletiva. Isso porque, tal qual o dano coletivo material, o dano moral coletivo só é tutelado se inserido nas lides coletivas. Configurando-se o dano moral coletivo indivisível (quando gerado por ofensa aos interesses difusos e coletivos de uma comunidade) ou divisível (quando gerado por ofensa aos interesses individuais homogêneos), em todos os casos somente a tutela macro-individual garantirá uma efetiva reparação do bem jurídico tutelado”¹⁵.

Especificamente, no que concerne ao caso em tela, impende destacar que a Constituição Federal, ao tratar expressamente em seu art. 5º, inciso XXXII, da defesa do consumidor pelo Estado, alçou ao patamar de direitos e garantias fundamentais a tutela dos interesses daquele, visando justamente a assegurar a proteção da parte mais vulnerável na relação de consumo – o que viria a ser feito com a promoção de ações positivas, cuja regulamentação ficaria a cargo da legislação infraconstitucional.

Destarte, impende exigir das Requeridas a reparação pelos danos morais causados à coletividade. Para tanto, necessário considerar que:

- a) a oferta vincula o fornecedor (princípio da vinculação da oferta) na forma dos arts. 30 e 31 c/c art. 35 do Código de Defesa do Consumidor - Lei nº 8.078/90, e no momento da contratação não é informado ao consumidor a cobrança dos serviços de seguro/outras, muito menos seu valor;
- b) no momento da contratação, o consumidor não anui com a aquisição dos seguros/outras, e, mesmo assim, é cobrado;
- c) a cobrança de tais seguros/outras sem a anuência do consumidor constitui abuso de direito, tanto em função da

¹⁵ RAMOS, André de Carvalho. A ação civil pública e o dano moral coletivo. *Revista de Direito do Consumidor* n. 25. janeiro/março. Editora Revista dos Tribunais, 1998. p. 86.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

ausência da informação por ocasião da assinatura do contrato (art. 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078/90), quanto em função dos costumes (artigo 7º do Código de Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078/90);

d) a indeterminabilidade de consumidores que tiveram seu direito violado, com a prática reiterada abusiva da empresa, que ofende o princípio da boa-fé e da vulnerabilidade, impõe que os danos sejam calculados coletivamente, já que tal prática é aplicada indistintamente a todos os consumidores;

e) a vedação do art. 39, da Lei 8.078/90, a respeito da execução de serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, e a prática das Requeridas de embutir seguros e outros produtos ou serviços sem autorização expressa e sem prévia e clara informação, constitui claramente prática abusiva que deve ser repelida;

f) os consumidores que fizeram as reclamações no PROCON/MS não devem ser vistos como únicos lesados, afinal não são todos os consumidores que chegam a formular uma reclamação;

g) os consumidores não chegam a fazer uma reclamação porque, ao chegarem à loja ou efetuar contato telefônico com as rés, que costuma ser o primeiro contato do cliente após constatar algum erro na contratação, são enganados mais uma vez pela empresa, que os faz acreditar que está tudo certo e que não há motivo para reclamar.

Diante disso, vê-se a reprobabilidade do comportamento das empresas Requeridas, necessitando serem penalizadas de modo a que não tenha nenhum incentivo a se utilizar de tais expedientes, com a finalidade de incrementar suas vendas.

Não bastasse a existência da aludida garantia, reforçada sob o manto de cláusula pética, a Norma Constitucional também trouxe no Capítulo I do Título

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

VII, os Princípios Gerais da Atividade Econômica, dentre os quais destacou a defesa do consumidor (art. 170, V, CF), demonstrando a relevância econômica com que se deve tratar o efetivo equilíbrio nas relações de consumo.

Nesse domínio, observa JOSÉ AFONSO DA SILVA que tais dispositivos constitucionais tem como efeito importante a legitimação de *“todas as medidas de intervenção estatal necessárias a assegurar a proteção prevista”*¹⁶.

De fato, diante desse reiterado tratamento constitucional, não há como negar que a efetiva proteção ao consumidor é matéria que deve ser amplamente resguardada pelo Estado, daí porque houve o estabelecimento da Política Nacional das Relações de Consumo, bem como a fixação dos direitos básicos do consumidor.

E é justamente sob esse aspecto (direitos básicos do consumidor) que assenta a questão do dano moral nas relações consumeristas, porquanto, segundo o já mencionado art. 6º, inc. VI, são direitos básicos do consumidor (lembrando que a coletividade também é vista como consumidor, nos termos do art. 2º, parágrafo único, da Lei Federal 8.078/90¹⁷) *“a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais coletivos e difusos”*.

Igualmente, o constituinte originário optou por consagrar o direito à indenização por danos materiais, morais e até mesmo estéticos eventualmente causados no âmbito social como preceito fundamental e permanente, inserindo tal garantia no art. 5º, inc. V da Constituição Federal.

De remate, a Lei nº 7.347/85 é cristalina ao admitir a reparação coletiva do dano moral, *ex vi* o disposto em seu art. 1º, IV, *in verbis*:

¹⁶ SILVA, José Afonso da. *Curso de direito constitucional positivo*. 24. ed. São Paulo: Malheiros, 2005. p. 263.

¹⁷ *“Art. 2.º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”*.

**MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**

25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

“Art. 1.º Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados:

(...)

IV – Por infração a qualquer outro interesse difuso ou coletivo; “

Todos os dispositivos supracitados conduzem à lógica afirmação de que não só deve o Estado lançar mão de todas as políticas necessárias a tutelar os direitos consumeristas, como também deve fazê-lo de forma a assegurar a reparação plena dos danos eventualmente causados a esses direitos, sob todos os seus aspectos (material e moral), sob pena de incorrer em grave descumprimento ao texto constitucional e à lei consumerista.

Retomando a apreciação da circunstância concretamente observada no caso em apreço, nota-se a ocorrência de claro desrespeito não só para com os consumidores efetivamente lesados (dano moral coletivo em sentido estrito), mas perante toda coletividade (dano moral difuso).

Isto porque, diante da absoluta falta de observância das normas consumeristas, os consumidores sentiram-se, incontestavelmente, lesados e impotentes, em uma clara impressão de que os cidadãos estão à mercê de todos esses abusos cometidos nas relações de consumo, perdendo-se, assim, gradativamente sua confiança nas instituições constituídas, na proteção que poderia esperar do Estado e, sobretudo, na própria boa-fé que deveria pautar todas as relações contratuais.

Ora, sendo assim, não há como negar a relevância indenizatória da ilegalidade do ato das empresas rés. Diante dos seus descasos com a legislação consumerista pátria, com aqueles consumidores que adquiriram os ingressos e além das falsas promessas de devolução do dinheiro pago, se

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

viram humilhados e com a dignidade aviltada. O patrimônio moral da coletividade restou abalado. Os cidadãos e suas famílias foram menosprezados e restaram fragilizados com tal atitude.

Não se trataram de meros dissabores cotidianos, mas de agressão que exacerbou a naturalidade dos fatos da vida, causando fundadas aflições e angústias no espírito dos consumidores atingidos.

Ao contrário do dano material, que exige prova concreta do prejuízo sofrido, o dano moral se presume das circunstâncias, ou seja, ocorre *in re ipsa*, não sendo necessária uma prova direta do sentimento de abalo psíquico que dominou a coletividade (o que inviabilizaria a indenização, por se tratar de uma *probatio diabólica*). É a posição largamente defendida pela doutrina nacional:

“Combinando os diversos aspectos do dano moral individual com as particularidades da disciplina legal dos valores transindividuais, define-se o dano moral coletivo como a injusta lesão dos direitos imateriais pertencentes à determinada coletividade, ou seja, é a violação injusta de específico círculo de valores coletivos. Dispensa-se a prova direta do dano moral coletivo, porquanto não se configura apenas com a verificação da dor da coletividade, mas presume-se em razão da demonstração do fato violador dos valores coletivos (damnum in re ipsa)”¹⁸

Portanto sequer seria necessário demonstrar irrefutavelmente que o fato ilegal lesou a moral objetiva da coletividade, uma vez que essa lesão decorre, de maneira imediata, da constatação do evento lesivo aos consumidores.

Nesse sentido, o Superior Tribunal de Justiça já se posicionou:

**ADMINISTRATIVO - TRANSPORTE - PASSE LIVRE -
IDOSOS - DANO MORAL COLETIVO -
DESNECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO DA DOR E
DE SOFRIMENTO - APLICAÇÃO EXCLUSIVA AO**

¹⁸ SANTANA, Héctor Valverde. *Dano moral no direito do consumidor*. Apresentação: Claudia Lima Marques. São Paulo: RT, 2009. p. 173.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

DANO MORAL INDIVIDUAL - CADASTRAMENTO DE IDOSOS PARA USUFRUTO DE DIREITO - ILEGALIDADE DA EXIGÊNCIA PELA EMPRESA DE TRANSPORTE - ART. 39, § 1º DO ESTATUTO DO IDOSO - LEI 10741/2003 VIAÇÃO NÃO PREQUESTIONADO.

1. O dano moral coletivo, assim entendido o que é transindividual e atinge uma classe específica ou não de pessoas, é passível de comprovação pela presença de prejuízo à imagem e à moral coletiva dos indivíduos enquanto síntese das individualidades percebidas como segmento, derivado de uma mesma relação jurídica-base.

2. O dano extrapatrimonial coletivo prescinde da comprovação de dor, de sofrimento e de abalo psicológico, suscetíveis de apreciação na esfera do indivíduo, mas inaplicável aos interesses difusos e coletivos.

3. Na espécie, o dano coletivo apontado foi a submissão dos idosos a procedimento de cadastramento para o gozo do benefício do passe livre, cujo deslocamento foi custeado pelos interessados, quando o Estatuto do Idoso, art. 39, § 1º exige apenas a apresentação de documento de identidade.

4. Conduta da empresa de viação injurídica se considerado o sistema normativo.

5. Afastada a sanção pecuniária pelo Tribunal que considerou as circunstâncias fáticas e probatória e restando sem prequestionamento o Estatuto do Idoso, mantém-se a decisão.

5. Recurso especial parcialmente provido.

(REsp 1057274/RS, Rel. Ministra ELIANA CALMON, SEGUNDA TURMA, julgado em 01/12/2009, DJe 26/02/2010)

Os consumidores foram surpreendidos pela prática da venda casada, cobrando por taxas, seguros e promoções, sem anuência dos mesmos ou contratação prévia dos serviços (art. 39, I, CDC) e ainda audaciosamente negativando junto aos órgãos de proteção ao crédito (SPC e SERASA) aqueles que não efetuassem pagamento, configurando a cobrança indevida (art. 42 CDC).

É evidente que tal consumidor se sente lesado, ferido no seu patrimônio e principalmente na sua moral e inconformado, pensa procurar o Poder Judiciário para fazer cessar esta prática abusiva, porém, percebe que mesmo que venha a ganhar, sua atitude cidadã é insuficiente para coibir esta prática abusiva, pois para impedir estas condutas lesivas das rés é necessário que milhares de consumidores abarrotam o Poder Judiciário de ações.

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

A única maneira de coibir esta prática abusiva é condenar as rés em uma quantia em dinheiro por causar dano moral. A moral coletiva é um fato jurídico e protegido pelo nosso Ordenamento Jurídico. Vejamos.

A Constituição Federal no seu artigo 1º, inciso III elegeram como fundamento da República Federativa do Brasil a dignidade da pessoa humana. Concretizar o princípio da dignidade da pessoa humana, também, é proteger o consumidor, sendo este um direito fundamental insculpido no artigo no artigo 5º XXXII da CF/88 e considerado cláusula pétrea.

A garantia de proteção do consumidor ocorre pelo acesso a Justiça individualmente pelos consumidores e coletivamente através de ação civil pública por seus legitimados, pois o princípio de acesso a justiça (CF: art. 5º XXXV) possui uma acepção coletiva em sentido amplo, pois visa a proteger os interesses e direitos difusos, coletivos em sentido estrito e individuais homogêneos com relevância social (CF: art. 127, inciso III). A proteção do consumidor somente se efetiva quando o seu patrimônio material e moral é amparado preventivamente e repressivamente, caso tenha ocorrido a lesão.

O Constituinte ao prever instrumentos processuais como a ação civil pública para proteção dos interesses coletivos em sentido amplo, inquestionavelmente, por uma questão de lógica jurídica, tinha o intento de amparar a moral coletiva (difusa). Se pensarmos que a proteção do dano moral pode dar-se apenas com a iniciativa individual de cada consumidor, seria aceitar que as normas constitucionais não tem aplicação, são letra morta. O constituinte tinha o intento de coibir os abusos praticados contra os consumidores em quantias pequenas, pois estas condutas somente serão efetivamente coibidas se fora condenada a requerida em dano moral coletivo.

Por estas razões faz-se necessário que as requeridas sejam condenadas a indenizar (dano moral coletivo) **por valor não inferior a R\$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), cada uma.**

CAMPO GRANDE-MS



3.8) DA EFICÁCIA NACIONAL DOS PROVIMENTOS:

No que tange ao âmbito dos efeitos do provimento jurisdicional, quer seja em sede liminar, quer seja no julgamento do mérito, o Requerente sustenta, principalmente em face do disposto no art. 103 da Lei 8.078/90, que a decisão judicial é apta a beneficiar todos os consumidores do Brasil que se encontram na situação narrada na presente exordial e não se restringe à “competência territorial do órgão prolator”, tendo em vista que a empresa possui filiais em grande parte do país e que o método de vendas aplicado é o mesmo.

A pretensão condenatória formulada contra as empresas Requeridas deve ser compreendida em **âmbito nacional**, protegendo-se todos os consumidores que estão real ou potencialmente sujeitos ao procedimento questionado na presente ação coletiva.

As controvérsias sobre esse tópico decorrem da alteração promovida pela Lei 9.494/97 ao art. 16, da Lei 7.347/85, o qual passou a ter a seguinte redação:

“Art. 16. A sentença civil fará coisa julgada erga omnes, nos limites da competência territorial do órgão prolator (...)”

Ora, o dispositivo, sem alterar o Código de Defesa do Consumidor, faz confusão entre competência e efeitos da sentença proferida em ações coletivas. Pela Lei 8.078/90, definida a competência, com base no art. 93, os efeitos da decisão judicial valem para as partes envolvidas, estejam elas onde estiverem no território nacional.

Nessa linha é o pensamento, com argumentos irrefutáveis, de Ada

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

Pellegrini Grinover¹⁹:

Em última análise, é preciso verificar se a regra de competência territorial, nacional ou regional do art. 93 do CDC é exclusiva do processo em defesa de interesse individual homogêneo, ou se também incide na tutela jurisdicional dos interesses difusos e coletivos.

“Já afirmamos nossa posição no sentido de que o art. 93 do CDC, embora inserido no capítulo atinente às “ações coletiva em defesa de interesses individuais homogêneos”, rege todo e qualquer processo coletivo, estendendo-se às ações em defesa de interesses difusos e coletivos. Não há como não se utilizar, aqui, o método integrativo, destinado ao preenchimento da lacuna da lei, tanto pela interpretação extensiva (extensiva do significado da norma) como pela analogia (extensiva da intenção do legislador).

Ubi eadem ratio, ibi eadem juris dispositio. É a necessária coerência interna do sistema jurídico que exige a formulação de regras idênticas em que se verifica a identidade de razão. Se o art. 93 do CDC fosse aplicável apenas aos interesses individuais homogêneos, o resultado seria a regra da competência territorial de âmbito nacional ou regional só para as ações em defesa dos aludidos direitos, enquanto nos processos coletivos em defesa de interesses difusos e coletivos ficaria vedada a competência nacional ou regional. O absurdo do resultado dessa posição é evidente, levando a seu repúdio pela razão e pelo bom senso, para o resguardo e coerência do ordenamento jurídico.

Mas há mais: o indigitado dispositivo da medida provisória²⁰ tentou (sem êxito) limitar a competência, mas em lugar algum

¹⁹ *Código de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*, 7ª edição, revista e ampliada, São Paulo, Forense Universitária, 2001, p. 850-851.

²⁰ A Lei 9.494/97, que alterou a redação do art. 16 da Lei 7.347/85, decorreu de transformação de medida provisória. Por essa razão, os comentários transcritos referem-se a “medida provisória”



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

aludiu ao objeto do processo. Ora, o âmbito da abrangência da coisa julgada é determinado pelo pedido, e não pela competência. Esta nada mais é do que a relação de adequação entre o processo e o juiz, nenhuma influência tendo sobre o objeto do processo. **Se o pedido é amplo (de âmbito nacional) não será por intermédio de tentativas de restrições da competência que o mesmo poderá ficar limitado.** Em conclusão: a) o art. 16 da LACP não se aplica à coisa julgada nas ações em defesa de interesses difusos e coletivos, mas o acréscimo introduzido pela medida provisória é inoperante, porquanto é a própria lei especial que amplia os limites da competência territorial, nos processos coletivos, ao âmbito nacional ou regional; c) **de qualquer modo, o que determina o âmbito de abrangência da coisa julgada é o pedido, e não a competência.** Esta nada mais é do que uma relação de adequação entre o processo e o juiz. Sendo o pedido amplo (erga omnes), o juiz competente o será para julgar a respeito de todo o objeto do processo; d) **em consequência, a nova redação do dispositivo é totalmente ineficaz.**" (grifo nosso).

Consignem-se, sobre a questão, os seguintes julgados:

"COMPETÊNCIA. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DEFESA DE CONSUMIDORES. INTERPRETAÇÃO DO ART. 93, II, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DANO DE ÂMBITO NACIONAL. Em se tratando de ação civil coletiva para o combate de dano de âmbito nacional, a competência não é exclusiva do foro do Distrito Federal. **Competência do Juízo de Direito da Vara Especializada na Defesa do Consumidor de Vitória/ ES.**" (STJ, CC 26.842 / DF, 2ª Seção, j. 10/10/2001).

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

“Conflito de competência. Ação Civil Pública. Código de Defesa do Consumidor. 1. Interpretando o artigo 93, inciso II, do Código de Defesa do Consumidor, já se manifestou esta Corte no sentido de que não há exclusividade do foro do Distrito Federal para o julgamento de ação civil pública de âmbito nacional. Isto porque o referido artigo ao se referir à Capital do Estado e ao Distrito Federal invoca competências territoriais concorrentes, devendo ser analisada a questão estando a Capital do Estado e o Distrito Federal em planos iguais, sem conotação específica para o Distrito Federal. 2. Conflito conhecido para declarar a competência do Primeiro Tribunal de Alçada Civil do Estado de São Paulo para prosseguir no julgamento do feito.” (STJ, CC 17.533 / DF, 2ª Seção, Rel. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, j. 13/09/2000).

“PROCESSUAL CIVIL - AÇÃO CIVIL PÚBLICA - DANO DE ÂMBITO NACIONAL - GENERAL MOTORS DO BRASIL LTDA - COMPRA DE VEÍCULOS - TERMO DE GARANTIA - CLÁUSULA CONTRATUAL - ANULAÇÃO - COMPETÊNCIA - CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, ART. 93, INC. II - FORO DA CAPITAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO - PRECEDENTE - Esta eg. Corte já se manifestou no sentido de que não há exclusividade do foro do Distrito Federal para o julgamento de ação civil pública de âmbito nacional - Tratando-se de ação civil pública proposta com o objetivo de ver reparado possível prejuízo de âmbito nacional, a competência para o julgamento da lide deve observar o disposto no art. 93, II do Código de Defesa do Consumidor, que possibilita o ingresso no juízo estadual da Capital ou no Juízo Federal do Distrito Federal, competências territoriais concorrentes, colocadas

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

em planos iguais - Acolhida a preliminar de incompetência do foro suscitado, resta prejudicada a questão referente à deserção do recurso de apelação proclamada - Recurso especial conhecido e provido, determinando a competência do Foro da Capital do Estado do Espírito Santo para processar e julgar o feito.” (STJ - RESP 218492 - ES - 2ª T. - Rel. Min. Francisco Peçanha Martins - DJU 18.02.2002 - p. 00287).

Registre-se ainda a seguinte decisão proferida pelo Egrégio Superior Tribunal de Justiça:

“PROCESSO CIVIL. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO COLETIVA AJUIZADA POR SINDICATO. SOJA TRANSGÊNICA. COBRANÇA DE ROYALTIES. LIMINAR REVOGADA NO JULGAMENTO DE AGRAVO DE INSTRUMENTO. CABIMENTO DA AÇÃO COLETIVA. LEGITIMIDADE DO SINDICATO. PERTINÊNCIA TEMÁTICA. EFICÁCIA DA DECISÃO. LIMITAÇÃO À CIRCUNSCRIÇÃO DO ÓRGÃO PROLATOR. (...) 4. A Corte Especial do STJ já decidiu ser válida a limitação territorial disciplinada pelo art. 16 da LACP, com a redação dada pelo art. 2-A da Lei 9.494/97. Precedente. Recentemente, contudo, a matéria permaneceu em debate. 5. A distinção, defendida inicialmente por Liebman, entre os conceitos de eficácia e de autoridade da sentença, torna inóqua a limitação territorial dos efeitos da coisa julgada estabelecida pelo art. 16 da LAP. A coisa julgada é meramente a imutabilidade dos efeitos da sentença. Mesmo limitada aquela, **os efeitos da sentença produzem-se erga omnes, para além dos limites da competência territorial do órgão julgador.**” (STF, Resp 1.243.386, Rel. Min. NANCY

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

ANDRIGHI, Data do Julgamento: 12/06/2012)" (grifo nosso).

3.9) DA MEDIDA LIMINAR:

No que tange ao tema, Marinoni²¹ assevera:

É preciso que ao tempo do processo seja dado o seu devido valor, já que, no escopo básico da tutela dos direitos, o processo será mais efetivo, ou terá maior capacidade de eliminar com justiça as situações de conflito, quanto mais prontamente tutelar o direito do autor que tem razão.

A relevância do fundamento decorre da própria certeza da ocorrência dos fatos, tendo em vista as provas colhidas durante a instrução do Procedimento Preparatório, bem como dos argumentos jurídicos anteriormente aduzidos.

Conforme já demonstrado, os fatos trazidos a Juízo foram confirmados por consumidores, que atestaram a danosa prática do das requeridas.

A Demandada, caso não seja impedida por comando judicial liminar, continuará ludibriando cada um de seus consumidores causando-lhes, ainda que pequenos ou médios prejuízos individuais, grande prejuízo coletivo.

Dessa forma, a chamada prova inequívoca, ou seja, aquela que se apresenta clara, evidente, transparente, com grau de convencimento tal que a seu respeito não se possa levantar dúvida razoável e que leva à verossimilhança

²¹ Marinoni, Luiz Guilherme. Tutela antecipatória, julgamento antecipado e execução imediata da sentença. 2º ed. São Paulo: RT. 1998. p. 15.



da alegação, resta manifesta.

Destarte, resta-se evidente também o perigo da demora em se conceder a tutela aqui em questão, tendo em vista a quantidade de consumidores que as lojas recebem por dia, e conseqüentemente, vários consumidores já foram e continuarão sendo, a cada dia, ludibriados e lesados pela prática ilegal das empresas Rés.

Desta forma, evidenciados os requisitos do art. 84, §3º, da Lei nº 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor, faz-se necessário, assim, que se conceda em caráter antecipatório a tutela pretendida, determinando-se, desde já, a suspensão imediata da venda casada, bem como, da cobrança de seguros, taxas e outras promoções.

4 – DOS PEDIDOS:

Diante do exposto, **requer o Ministério Público Estadual** a procedência da presente ação civil pública, com o acolhimento dos seguintes pedidos:

a) a publicação de edital no órgão oficial a fim de que os interessados possam intervir no feito como litisconsortes, conforme dispõe o art. 94 do Código de Defesa do Consumidor;

b) as citações das requeridas nos endereços mencionados para, querendo, contestarem a presente ação, sob pena de revelia e seus efeitos;

c) ao final, seja julgada integralmente procedente a ação, para:

I. Se impor às rés **LOJAS AVENIDA S/ A** e **CLUB MAIS ADMINISTRADORA DE CARTÕES LTDA** obrigação de não fazer consistente na obrigação de: (i) **abster-se** de embutir seguros, promoções, produtos ou serviços nas

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

compras realizadas pelos consumidores, **salvo quando expressa e previamente autorizado ou solicitado pelo consumidor**; **(ii) abster-se** de efetuar cobrança indevida pelos serviços, taxas, seguros e promoções não solicitados pelos consumidores; **(iii) abster-se** de negativar perante os órgãos de restrição (SPC/SERASA) o nome dos consumidores que não solicitaram a concessão de tais taxas e seguros, sob pena de multa de R\$20.000,00 (vinte mil reais) **por evento**, a ser destinada ao Fundo Especial de Apoio e Desenvolvimento do Ministério Público do Mato Grosso do Sul (CNPJ 03.464.870/0001-00) – através de depósito na conta corrente n. 50.120-4, agência 2576-3, Banco do Brasil – a fim de ser utilizada exclusivamente em atividades e/ou programas que visem à defesa do consumidor.

II. Se impor às rés **LOJAS AVENIDA S/ A** e **CLUB MAIS ADMINISTRADORA DE CARTÕES LTDA** obrigação de fazer consistente na obrigação de: **(i)** obrigatoriedade de entrega ao consumidor do contrato escrito de eventual seguro, produto ou serviço contratado que não o produto principal adquirido, devendo nele, conter o objeto contratado, bem como o valor e a forma de pagamento; **(ii)** a confecção e fixação de cartazes, nos locais onde as vendas são fechadas, bem como no caixa, informando ao consumidor que a contratação de qualquer outro serviço é OPCIONAL e deve ter um instrumento por escrito entregue ao contratante;

III. seja as rés **LOJAS AVENIDA S/A** e **CLUB MAIS ADMINISTRADORA DE CARTÕES LTDA** condenadas ao pagamento no valor de **R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) cada uma**, a título de reparação de danos morais coletivos suportados pela coletividade de pessoas, decorrentes da prática ilícita levada a efeito causadora **(i)** de abalo à harmonia nas relações de consumo, **(ii)** de exposição da coletividade à intranquilidade, aflição e angústia e **(iii)** de sentimento de despreço por parte dessa mesma coletividade suficiente para abalar a confiança nas instituições e na proteção legal dos direitos consumeristas, devendo o valor arbitrado por esse r. Juízo ser recolhido ao a ser destinada ao Fundo Especial de Apoio e Desenvolvimento do Ministério Público do Mato Grosso do Sul (CNPJ 03.464.870/0001-00) – através de depósito na

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

conta corrente n. 50.120-4, agência 2576-3, Banco do Brasil;

IV. condenação das requeridas ao pagamento de indenização por dano moral coletivo, fixado em 10% do lucro líquido da venda de seguro de produtos, seguro bolsa mais protegida, seguro de vida protegida e premiada, seguro de proteção financeira, seguro residencial, seguro de acidentes pessoais premiado com assistência odontológica, seguro de proteção da sorte, plano/seguro odontológico e garantia estendida, bem como qualquer outro contrato acessório, **abrangendo os últimos cinco anos**, a ser objeto de liquidação de sentença, ou em valor equivalente a ser imposto pelo juízo, a ser recolhido ao Fundo Especial de Apoio e Desenvolvimento do Ministério Público do Mato Grosso do Sul (CNPJ 03.464.870/0001-00) – através de depósito na conta corrente n. 50.120-4, agência 2576-3, Banco do Brasil, devidamente atualizado ao tempo da sentença e do recolhimento, pelos índices legalmente aplicáveis;

V. condenação das requeridas à obrigação de divulgar amplamente a sentença proferida pelos meios de comunicação social, a fim de garantir a efetividade do comando;

VI. condenação das requeridas ao pagamento de multa diária no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) para o caso de descumprimento do que for decidido quanto aos itens acima, revertendo-se o valor para o ao Fundo Especial de Apoio e Desenvolvimento do Ministério Público do Mato Grosso do Sul (CNPJ 03.464.870/0001-00) – através de depósito na conta corrente n. 50.120-4, agência 2576-3, Banco do Brasil;

VII. seja dada eficácia à sentença em âmbito nacional, considerando que as Requeridas utilizam de métodos comerciais idênticos em todo o País;

VIII. a inversão do ônus da prova, conforme art. 6º, inc. VIII, do Código de Defesa do Consumidor;

CAMPO GRANDE-MS



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
25ª Promotoria de Justiça de Campo Grande

IX. a dispensa do Autor ao pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, desde logo, tendo em vista o disposto no art. 18, da Lei 7.347/85;

X. a juntada dos autos de **Procedimento Preparatório nº 06.2017.00000730-4**, instaurado e concluído por esta Promotoria de Justiça do Consumidor, como prova documental em desfavor das requeridas;

XI. a produção de todas as provas em direito admitidas, sem exceção.

Dá-se à causa, para efeitos meramente fiscais, o valor de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais).

Termos em que, pede deferimento.

Campo Grande/MS, 03 de julho de 2017.

Marcus Vinicius Tieppo Rodrigues

Promotor de Justiça

CAMPO GRANDE-MS