

EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA _____ VARA CÍVEL
DO FORO CENTRAL DA COMARCA DA REGIÃO METROPOLITANA DE
CURITIBA

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PARANÁ**, por intermédio do Promotor de Justiça que adiante assina, no exercício de suas atribuições perante a 1ª e 2ª Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor de Curitiba, com fundamento no artigo 129, inciso III, da Constituição Federal, 25, inciso IV, letra **a**, da Lei Orgânica Nacional do Ministério Público, nos artigos 2º, inciso IV, letra **a**, 57, inciso IV, letra **b**, e 68, inciso V, 1, todos da Lei Orgânica Estadual do Ministério Público, bem como nos artigos 81, parágrafo único, incisos I e II, 82, inciso I, 83 e 91 do Código de Defesa e Proteção do Consumidor, com base nos dados colhidos no **Inquérito Civil MPPR nº 0046.11.004384-4**, vem perante Vossa Excelência propor a presente **AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO COM PEDIDO DE ANTECIPAÇÃO DE TUTELA**, em face de **N.L GARCIA & CIA LTDA. – “DISK INGRESSOS”**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº [REDACTED], com sede [REDACTED] na pessoa de seu representante legal, pelos fatos e fundamentos a seguir expostos:

1. DOS FATOS

A empresa N.L GARCIA & CIA LTDA., conhecida no mercado pelo seu nome fantasia “DISK INGRESSOS”, presta, de forma terceirizada, serviços de reserva e venda de ingressos para espetáculos, cinemas e outras atividades artísticas, através dos seus pontos de vendas, Call Center e do seu site¹.

Através do Inquérito Civil nº MPPR 0046.11.004384-4, instaurado pelo Ministério Público do Estado do Paraná, por meio da Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor de Curitiba, para apurar a conduta da Disk Ingressos, restou demonstrado que a ré vem cobrando uma “taxa de conveniência” ou “taxa administrativa”.

A “taxa de conveniência” ou “taxa administrativa” incide sobre a venda de todos os ingressos adquiridos pelos consumidores², independentemente do modo de aquisição, bem como se dá por cada ingresso vendido e não por transação realizada, de modo que a ré cobra tantas taxas de conveniência/taxas administrativas quantos forem os ingressos vendidos numa mesma oportunidade, repassando ao consumidor um encargo que deveria ser seu, haja vista se tratar de um custo inerente ao negócio que realiza.

¹ www.diskingressos.com.br

² Conforme afirmado pela própria ré no documento de fls. 181-182.

Importante ressaltar que, em que pese o Inquérito Civil que deu origem à presente Ação Civil Pública tenha sido instaurado em face das empresas Disk Ingressos e Tickets For Fun, em relação à esta última já foi ajuizada pelo PROCON/PR, conforme cópia da petição inicial em anexo, a Ação Civil Pública nº 28122/2012, em trâmite na 18ª Vara Cível do Foro Central da Comarca da Região Metropolitana de Curitiba, com igual objeto.

2. DA LEGITIMIDADE ATIVA DO MINISTÉRIO PÚBLICO

A Constituição Federal de 1988 atribuiu de forma expressa ao Ministério Público a competência para a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis³. Ainda é função institucional do Ministério Público, dentre outras, o ajuizamento da ação civil pública para a proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros direitos difusos e coletivos⁴, a qual configura a legitimidade do Ministério Público para tutela dos direitos aos consumidores.

³ Art. 127 - O Ministério Público é instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbindo-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis.

⁴ 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;
IX - exercer outras funções que lhe forem conferidas, desde que compatíveis com sua finalidade, sendo-lhe vedada a representação judicial e a consultoria jurídica de entidades públicas.

Para além da Constituição Federal, a legitimidade do Ministério Público para ajuizar a presente Ação Civil Pública também encontra amparo legal na Lei Orgânica Nacional do Ministério Público, a qual dispõe no seu artigo 25 que *“Além das funções previstas nas Constituições Federal e Estadual, na Lei Orgânica e em outras leis, incumbe, ainda, ao Ministério Público: [...] IV - promover o inquérito civil e a ação civil pública, na forma da lei: a) para a proteção, prevenção e reparação dos danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, aos bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, e a outros interesses difusos, coletivos e individuais indisponíveis e homogêneos”*, bem como no artigo 2º, inciso, inciso IV, alínea “a”, da Lei Orgânica e Estatuto do Ministério Público do Estado do Paraná.

Portanto, extrai-se da legislação mencionada a competência do Ministério Público para propor as medidas judiciais cabíveis e necessárias à proteção dos direitos constitucionais assegurados aos cidadãos, sejam os direitos coletivos ou os individuais indisponíveis e homogêneos.

Em consonância com o disposto, o Código de Defesa do Consumidor, prevê em seus artigos 80 e 81 a legitimidade do Ministério Público para tutelar os direitos e interesses dos consumidores.

Diante do exposto, considerando a ampla gama de legislação mencionada, resta clara a legitimidade do Ministério Público para propor a presente ação para a defesa coletiva dos consumidores.

3. DA ILEGALIDADE DA COBRANÇA DA TAXA DE CONVENIÊNCIA E/OU TAXA DE ADMINISTRAÇÃO

A taxa de conveniência/administração é cobrada sobre cada um dos ingressos comercializados e em todas as vendas realizadas, independentemente da modalidade de aquisição destes, contrariando o disposto na Lei nº 8.078 (Código de Defesa do Consumidor), pelos motivos a seguir expostos.

A própria palavra “conveniência”, nos remete a uma vantagem/utilidade, conforme significado trazido pelo dicionário Michaelis⁵:

con.ve.ni.ên.cia

sf (lat *convenientia*) 1 Qualidade do que é conveniente. 2 Interesse, lucro, utilidade, vantagem. 3 Conformidade, semelhança. 4 Decência, decoro. **sf pl** Acomodações aos usos sociais; convenções. **Antôn: inconveniência.** (grifo nosso)

⁵ http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/definicao/conveniencia%20_934392.html

Ou seja, a própria palavra “conveniência” faz referência a algo que é conveniente, útil, prático, ou seja, uma facilidade/vantagem colocada à disposição do consumidor que efetuará determinada compra.

É indiscutível que nenhuma conveniência há para o consumidor que realizou a compra de seu ingresso *online* ou no *call center* e mesmo assim deverá, por conta própria, imprimi-lo e apresentá-lo no dia do evento. Tampouco há conveniência para aquele que se desloca de sua casa até uma das bilheterias do evento, do shopping, etc. para comprar seu ingresso, gastando seu tempo e dinheiro para a sua locomoção até os pontos de venda, inclusive, enfrentando filas que eventualmente existam. **A conveniência neste caso só existe para o fornecedor, que vende seus ingressos com um adicional totalmente injustificado.**

Em se tratando, portanto, de uma cobrança indevida, há a incidência do disposto no artigo 42, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor, que determina que “*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.*”.

Importante destacar, ainda, que apesar de a venda dos ingressos ser realizada por empresas terceirizadas, o custo de tal serviço não pode ser repassado diretamente ao consumidor, afinal, caracteriza-se como custo do próprio negócio,

razão pela qual, **nem a título de taxa administrativa** esta taxa poderá ser cobrada.

De acordo com o artigo 51, inciso XII, do CDC, é cláusula abusiva e portanto nula de pleno direito, aquela que obriga o consumidor a ressarcir os custos de cobranças do fornecedor.

E mais, nos termos do artigo 39, inciso V, do CDC, é vedado ao fornecedor exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva.

Neste caso, é óbvio, que quem deve remunerar o serviço da ré é o seu contratante, ou seja, o responsável pelo evento, pelo show, pelo espetáculo, e não o consumidor, que, se tiver o interesse de adquirir o ingresso, terá apenas o dever de efetuar seu pagamento.

O artigo intitulado “A força avassaladora da conveniência”, de autoria de DAILTON FELIPINI, ressalta os custos menores exigidos nas vendas pela Internet, deixando clara a conveniência ao fornecedor em possibilitar ao consumidor esta modalidade de compra:

Quanto é necessário para a montagem de uma loja tradicional em um shopping? É difícil pensar em algo abaixo de 200 mil reais. Por outro lado, pode-se implantar uma boa loja virtual na Internet por algo ao redor de 5 mil reais. Quanto representa o custo de hospedagem e manutenção de uma loja virtual em relação ao aluguel e de uma loja num shopping center? Gasta-se

*aproximadamente de 150 a 400 reais por mês com a loja virtual contra 5 mil a 15 mil reais mensais em uma loja tradicional relativamente simples.*⁶

Ou seja, qualquer empreendedor que resolva investir na área de produção de eventos sabe que o sucesso de seu evento está ligado diretamente ao número de ingressos vendidos, de modo que a colocação de postos de vendas em locais bastante frequentados, como no caso da ré, que possui pontos de vendas em grandes shoppings, não é com intuito de facilitar a vida dos consumidores, mas sim de **garantir um número maior de ingressos vendidos, que garantirá o êxito do evento e do próprio negócio.**

Paralelamente à atuação da Disk Ingressos, podemos citar os casos das Companhias Aéreas, que já admitem a compra de bilhetes aéreos pela internet, sendo necessário apenas apresentar o código da compra no momento do *check in*, para emissão do bilhete de embarque. Nenhuma “taxa de conveniência/administração” é cobrada, pois se trata de um chamariz do próprio negócio, cujos custos devem ser arcados pela própria Companhia Aérea.

No mesmo sentido, o Centro de Apoio Operacional das Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor do Ministério Público do Paraná, que emitiu parecer acerca do assunto (fls. 183-220), entende pela ilegalidade da cobrança, conforme ementa a seguir:

⁶ Extraído de: http://www.e-commerce.org.br/artigos/e-commerce_conveniencia.php, com acesso em 17.03.12.

EMENTA: DIREITO DO CONSUMIDOR – COMERCIALIZAÇÃO DE INGRESSOS PARA SHOWS E ESPETÁCULOS – COBRANÇA DE TAXA DE CONVENIÊNCIA – CONSULTA SOBRE A LEGALIDADE DA COBRANÇA – PESQUISA DE DOCTRINA, JURISPRUDÊNCIA, TERMOS DE AJUSTAMENTO DE CONDUITA, LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA, ETC. – ILEGALIDADE DA COBRANÇA – SOBREPÊÇO COBRADO SEM CONTRAPRESTAÇÃO DO SERVIÇO (ART. 39, ‘V’ E ‘X’, C/C ART. 51, §1º, ‘III’, CDC, E ART. 36, ‘III’ E ‘IV’, LEI Nº 12.529/2011) – ENRIQUECIMENTO ILÍCITO DO FORNECEDOR DE INGRESSOS À CUSTA DO CONSUMIDOR (ART. 884, CC) – ESTIPULAÇÃO DO VALOR EM PERCENTUAL DO VALOR EM FACE DO INGRESSO DISCRIMINATÓRIA – INDEVIDA A COBRANÇA POR UNIDADE DO PRODUTO E NÃO POR TRANSAÇÃO COMERCIAL – PRÁTICA COMERCIAL ABUSIVA E ILEGAL.

Em duas Ações Coletivas de Consumo com igual objeto, ajuizadas pela Associação de Defesa dos Consumidores do Rio Grande do Sul – ADECONRS, em face de duas empresas que realizam a venda de ingressos, foram julgados procedentes os pedidos quanto à determinação de abstenção das rés em relação à cobrança da taxa de conveniência⁷.

Inclusive, no site da UOL foi publicada uma matéria a respeito da ação ajuizada no Rio Grande do Sul⁸, em face da empresa Livepass, onde constam as seguintes informações:

“Livepass, empresa que atua na venda de ingressos desde 2008, foi condenada pela Justiça do Rio Grande do Sul a se

⁷ Processo nº 001/1.13.0132348-0 e Processo nº 001/1.13.0067007-0

⁸ <http://www.musica.uol.com.br/noticias/redacao/2015/03/19/justica-impede-livepass-de-cobrar-taxa-de-conveniencia-em-ingressos.htm>

abster de cobrar taxa de conveniência e a ressarcir os consumidores que se sentiram lesados pelo valor de 15% cobrado a cada ingresso. Apesar do julgamento ter ocorrido no Rio Grande do Sul, a sentença vale para todo o território nacional. A decisão obriga a empresa a restituir as cobranças aos consumidores, num período de até cinco anos anteriores à proposição da ação.

Procurada pela reportagem, a Livepass nega cobrança abusiva e afirma que recorrerá da sentença julgada em 1ª instância.

Segundo o juiz Roberto José Ludwig, em sentença publicada no dia 12 de março, não está claro qual é a conveniência do consumidor, já que, ao obter ingressos pelo site, "o consumidor não fica livre de filas e perda de tempo, pois terá de retirar o documento em ponto de venda ou local do espetáculo, pagando adicionalmente a taxa de retirada, ou, ainda, a taxa de entrega".

Não se pode deixar de mencionar também a existência de ação civil coletiva de consumo proposta pelo Ministério Público do Estado do Paraná, por meio da Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor de Curitiba, em face da Parnax, que tramita perante a 9ª Vara Cível de Curitiba, sob nº 14932/2012 (0014932-52.2012.8.16.0001) e que tem por objeto, dentre outros, a não cobrança da taxa de conveniência/administrativa.

Na referida demanda, que ainda não possui sentença, vige decisão liminar proferida na data de 30 de março de 2012 (a qual se encontra em anexo),

cujo trecho abaixo merece destaque:

“Afora isso, tenho que a própria taxa de conveniência configura-se abusiva no contexto em que está inserida.

Na venda de serviços e produtos, o fornecedor deve embutir os custos de toda natureza aliado ao lucro que deseja, em consonância com o mercado lealmente competitivo, de modo que o consumidor possa com segurança adquiri-los.

Qualquer despesa agregada além do próprio preço já formado, ou seja, fechado e colocado à disposição do consumidor deve ter informação precisa, clara e transparente a respeito do serviço prestado, isto é, tem o fornecedor o dever de informar a contraprestação pelo valor pago a mais, e o consumidor o direito de saber por qual serviço estará pagando.

In casu, a ré disse nas informações prestadas ao Ministério Público que o valor de R\$ 3,00 refere-se mesmo a uma taxa de administração devida à empresa terceirizada.

Ora, transferir este custo adicional ao consumidor sem qualquer serviço prestado é evidentemente abuso do fornecedor; prática ilícita que deve ser coibida.

Aliás, na formação do preço final ofertado ao consumidor presume-se que estão inclusos todos da ré; não poderia agora, ter seu lucro final, livre de qualquer custo extra com o serviço da empresa terceirizada que contratou, com a cobrança pura e simples de R\$ 3,00.

Mesmo que se considerasse lícito transferir o custo de R\$3,00 ao consumidor

sem a efetiva contraprestação clara e objetiva do serviço prestado, fato inequívoco nos autos é que a taxa que objetiva “conveniência” ao cliente nada tem de conveniência, porque a compra em qualquer das modalidades existentes (*on line* e nas bilheterias ou nos postos de venda autorizados) prevê a cobrança da referida taxa, não trazendo qualquer conforto ao consumidor. Veja que ao comprar um bilhete pela via *on line*, deverá o consumidor comparecer a um posto de venda para retirar o ingresso, a indicar que não há nenhuma conveniência diferenciada e ainda paga por isso.” (sic)

Importante destacar que, conforme o artigo 6º, inciso IV do CDC, é direito básico do consumidor a proteção contra métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas abusivas impostas no fornecimento de produtos e serviços.

Portanto, cobrança da taxa de conveniência, bem como o repasse do custo deste serviço terceirizado ou dos custos inerentes ao negócio a título de taxa administrativa são exemplos claros de métodos coercitivos e desleais em face do consumidor, que é a parte mais vulnerável da relação de consumo e, por isso, merece amparo buscado através da tutela judicial.

4. “DA ILEGALIDADE DENTRO DA ILEGALIDADE”: COBRANÇA DA TAXA DE CONVENIÊNCIA/TAXA DE ADMINISTRAÇÃO POR INGRESSO

É evidente que não há ilegalidade dentro da ilegalidade. A assertiva, por certo, serviu para demonstrar o absurdo, para chamar a atenção ao fato de que esta é a prova definitiva de que a ré não promove conveniência alguma (ou taxa administrativa, qualquer que seja o nome dado). Além de cobrar indevidamente a taxa de conveniência dos consumidores, a ré vem realizando tal cobrança sobre o valor de cada um dos ingressos individualmente adquiridos.

Se há uma aquisição de vários ingressos pelo mesmo consumidor, por qual motivo cobrar várias taxas de conveniência ou de administração, se a conveniência seria única, em razão de uma mesma operação.

A resposta é simples: Nenhuma. A ré não cobra do fornecedor por serviço algum. Ele se remunera diretamente do consumidor, calculando-se a unidade vendida, por um serviço que deveria estar sendo pago por quem o contratou para vender os ingressos.

5. DA DEVOLUÇÃO EM DOBRO DOS VALORES PAGOS A TÍTULO DE TAXA DE CONVENIÊNCIA/TAXA DE ADMINISTRAÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor dispõe, em seu artigo 42, parágrafo único, o seguinte:

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

*Parágrafo único. 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. (grifo nosso)*

Conforme já suficientemente fundamentado acima, a ré vem cobrando quantias indevidas dos consumidores sob a denominação de taxa de conveniência/taxa de administração, exigida sem que nenhum serviço efetivo de conveniência fosse prestado a não ser a entrega do “comprovante” de ingresso ao evento.

Vale ressaltar que, para que se determine tal devolução, é inclusive prescindível que se prove a má-fé, conforme já decidiu o egrégio Superior Tribunal de Justiça:

*“PROCESSUAL CIVIL - RECURSO ESPECIAL - ADMINISTRATIVO - FORNECIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA - COBRANÇA INDEVIDA - **DEVOLUÇÃO EM DOBRO** - ARTIGO 42, PARÁGRAFO ÚNICO, DO CDC - **CONFIGURAÇÃO DE MÁ-FÉ - IRRELEVÂNCIA** - AUSÊNCIA DE DOLO OU DE CULPA NÃO COMPROVADA.*

*1. A jurisprudência do STJ tem firmado o entendimento de que a **devolução***

em dobro dos valores indevidamente cobrados dos usuários de serviços públicos essenciais dispensa a prova da existência de má-fé.

2. Aplicação do artigo 42, parágrafo único, do CDC na hipótese de erro.

3. A recorrente não se desincumbiu de demonstrar a ausência de dolo ou de culpa na cobrança indevida.

4. Recurso especial não provido.”

(STJ - REsp 1108498/PB, Rel. Ministra ELIANA CALMON, Segunda Turma, julgado em 18/08/2009, DJe 08/09/2009 – grifos nossos)

Assim, deve a requerida devolver a todos os consumidores os valores pagos a título de taxa de conveniência e/ou taxa de administração, em dobro, acrescido de juros e correção monetária até a data da efetiva devolução.

6. DA PRÁTICA ABUSIVA QUANTO À DIFERENCIAÇÃO NO VALOR DA TAXA DE CONVENIÊNCIA

Em que pese até agora se tenha defendido que na cobrança da taxa de conveniência há violação ao Código de Defesa do Consumidor, cumpre destacar ainda que, para agravar tal prática ilícita, a ré vem diferenciando o preço da referida taxa.

Além de efetuar a cobrança da taxa em questão, vem fazendo em valores diferentes, dependendo do evento que é organizado. Conforme se extrai das telas do *site* da empresa de fls. 218-225, o valor a taxa de conveniência e/ou

administração inexistente em alguns pouquíssimos eventos e, em sua maioria, varia dos R\$ 3,00 (três reais) aos R\$ 10,00 (dez reais).

Ora, se a conveniência que a ré alega existir fosse lícita, deveria estar atrelada ao serviço prestado ao consumidor, qual seja, a venda de um ingresso ou de vários ingressos a um consumidor, e sendo este valor sempre o mesmo, a variação do valor da taxa de conveniência cobrada em um ingresso diferentemente de outro, é mais um indicativo de que a conveniência é apenas e tão somente à fornecedora, a qual estipula o valor da taxa como melhor lhe convém, a fim de auferir mais lucro.

Tanto é assim que a própria fornecedora, em manifestação às fls. 43-50 informou que ***“A diferença de valores justifica-se pelo porte do evento que demanda contratação de pessoal extraordinário, manutenção do site exclusivo (que enseja despesas maiores com servidor próprio), posto de venda exclusivo e emissão de mais de um ticket com código de barras (um por dia de espetáculos)”***. Ou seja, se o que interfere na diferença de valores são os custos que a fornecedora tem com o negócio que exerce, não há que se falar que o objetivo da taxa de conveniência cobrada é prestar uma conveniência ao consumidor, mas sim, cobrir despesas do negócio da ré.

Ademais, o fundamento da ré sequer possui embasamento fático, haja

vista que, conforme documento de fls. 218-225, todos os eventos possuem duração de apenas um dia, não havendo necessidade de emissão de mais de um ticket.

Diante do exposto, é imperioso que a ré seja obrigada a não efetuar cobrança de taxa de conveniência/administrativa.

7. DA ANTECIPAÇÃO DOS EFEITOS DA TUTELA

O Código de Processo Civil Brasileiro autoriza ao juiz, em seu artigo 273, inciso I, que a requerimento da parte, antecipe, total ou parcialmente, os efeitos da tutela pretendida no pedido inicial desde que inexista prova inequívoca e que estejam presentes os requisitos da verossimilhança da alegação e haja fundado receio de dano irreparável ou de difícil reparação.

Diante dos fundamentos apresentados até então, vislumbra-se a existência de todos os requisitos necessários à concessão da antecipação dos efeitos da tutela, a fim de que seja, liminarmente, obstada a cobrança das taxas de conveniência/taxa administrativa.

A verossimilhança da alegação reside no fato de que a cobrança da referida taxa, nos moldes em que vem sendo praticada, ofende aos preceitos do Código de Defesa do Consumidor, por inexistir conveniência ao consumidor,

caracterizando-se tal cobrança como vantagem manifestamente excessiva e prática abusiva, nos termos dos artigos 39, inciso V e 51, inciso XII, ambos do Código de Defesa do Consumidor, dentre outros.

Ademais, vislumbra-se o dano irreparável ou de difícil reparação no fato de que a ré comercializa mensalmente incontáveis ingressos para inúmeros shows e espetáculos, abrangendo uma gama de consumidores, de modo que permitir que a conduta continue até o desfecho do processo judicial propagaria os danos aos consumidores, pois, se até hoje os danos da conduta da fornecedora já sabidamente atingem consumidores em larga escala no Estado e, eventualmente no país, com o passar do tempo tal conduta irá abranger um número maior ainda de consumidores lesados e resultar em um dano pecuniário maior ainda e, portanto, mais difícil de ser reparado.

Diante do exposto, se faz imprescindível seja liminarmente concedida a antecipação dos efeitos da tutela, a fim de obstar a cobrança da taxa de conveniência/taxa administrativa, conforme fatos e direitos expostos nesta demanda.

8. DO DANO MORAL COLETIVO

O Código de Defesa do Consumidor estabelece como direito básico do consumidor, em seu artigo 6º, inciso VI, a efetiva prevenção e reparação de danos

patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

Ainda, em se tratando de direito moral coletivo, esclarece o autor Leonardo Roscoe Bessa⁹ que esse não se confunde com o dano moral individual, mas se assemelha à sanção pecuniária por violação a direitos coletivos ou difusos. Em conclusão ao seu artigo, afirma:

“Como exaustivamente demonstrado, o dano moral coletivo pouco tem a ver com o dano moral individual. E ainda que fosse feita tal vinculação, **não se exige hoje, para uma necessária caracterização do dano moral (individual), qualquer afetação à integridade psíquica da pessoa. Tal exigência, por qualquer ângulo, é descabida na configuração do dano moral coletivo.**

A condenação por dano moral coletivo é sanção pecuniária por violação a direitos coletivos ou difusos. O valor imposto pelo juiz é destinado ao fundo criado pelo art. 13 da Lei 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública). O caráter da condenação é exclusivamente punitivo. Não se objetiva a reparação de dano material, embora seja possível (e recomendável) cumular pedidos reparatório e condenatório por dano moral coletivo.

⁹ Artigo “Dano Moral Coletivo” publicado na Revista de Direito do Consumidor, nº 59, Ed. Revista dos Tribunais, 2006. p. 78/108

O objetivo da lei, ao permitir expressamente a imposição de sanção pecuniária pelo Judiciário, a ser revertida a fundos nacional e estadual, foi basicamente de reprimir a conduta daquele que ofende direitos coletivos e difusos.”

Portanto, tendo em vista que a prática da empresa ré ofende os direitos coletivos dos consumidores, vez que esta prática se estende todos os consumidores a ela exposta, clara é a possibilidade de aplicabilidade do dano moral coletivo de consumo no presente caso, bem como a necessidade da sua aplicação a fim de reprimir a conduta da ré.

9 - DOS PEDIDOS

DIANTE DO EXPOSTO, uma vez demonstrada a verossimilhança das alegações apresentadas, requer o Ministério Público, no âmbito do Estado do Paraná, nos termos do artigo 93, II do Código de Defesa do Consumidor:

1) Em antecipação de tutela, que a ré seja condenada à obrigação de **não fazer**, sob pena de multa diária de **R\$5.000,00 (cinco mil reais)** a ser recolhida ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor - FECON, consistente em:

1.1) Não realizar a cobrança de taxa de conveniência e/ou taxa

administrativa, ou outra denominação que se dê, na venda de qualquer tipo de ingresso, bem como disponibilizar o acesso do consumidor ao ingresso de forma eficiente e gratuita, tanto no local do evento quanto no momento da compra (se diferentes), à sua escolha, através da entrega do impresso. Ainda, se houver concordância do consumidor, que lhe seja oportunizada a impressão ou o salvamento de mídia digital;

2) Que o pedido anterior seja confirmado em sentença final, que deverá ainda:

2.1) Condenar a ré à devolução em dobro, nos termos do artigo 42, parágrafo único do CDC, com a devida correção monetária, dos valores cobrados indevidamente dos consumidores, até o momento do julgamento da presente demanda, sob pena de a soma de todos esses valores, a ser apurada em liquidação de sentença, ser convertida em multa a ser destinada ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor – FECON ou Fundo Municipal, se existente por ocasião da sentença.

3) Que a ré seja condenada genericamente, nos termos do artigo 95 do Código de Defesa do Consumidor;

4) Que a ré seja condenada pelo dano moral coletivo, cujo valor será

revertido ao fundo estadual do consumidor, ou municipal, se existente à época da sentença;

5) A citação da ré para, querendo, contestar a presente ação e acompanhá-la até a sentença final, sob pena de revelia, sendo presumidos verdadeiros os fatos ora deduzidos;

6) Seja determinada a **publicação de edital no órgão oficial**, para que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes, tudo isso com base no art. 94 do Código de Defesa do Consumidor;

7) Requer a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, diante do que dispõe o artigo 87 do CDC.

8) Protesta provar o alegado por todos os meios de prova em direito admitidas, especialmente pelas provas testemunhal, pericial e documental, bem assim por todos os demais meios de prova, observado ainda o disposto no art. 6º, inc. VIII, do Código de Defesa do Consumidor, **requerendo-se desde já a inversão do ônus da prova em favor da coletividade de consumidores** substituída processualmente pelo autor.

9) Seja dada **celeridade na tramitação** da presente Ação Civil Pública

tendo em conta o interesse público na solução do presente litígio, afixando-se tarjeta nesse sentido no rosto dos autos, com fundamento no art. 5º, inciso LXXVIII, da Constituição da República;

10) Solicita-se, por fim, sejam as intimações procedidas na forma dos artigos 236, §2º, do CPC e 41, inciso IV, da lei n.º 8.625/93, junto à 1ª e 2ª Promotorias de Justiça do Consumidor de Curitiba, situadas na Avenida Marechal Floriano Peixoto, 1251, Rebouças, fones 3250-4912 e 3250-4913.

Dá-se à causa o valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) para efeitos de alçada.

Curitiba, 02 de julho de 2015.

Maximiliano Ribeiro Deliberador
Promotor de Justiça