



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

AO JUÍZO DE DIREITO DA ____ VARA CÍVEL DO FORO CENTRAL DA
COMARCA DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA - PARANÁ

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PARANÁ, por intermédio do Promotor de Justiça adiante assinado, no exercício de suas atribuições perante a 1ª e 2ª Promotorias de Defesa do Consumidor de Curitiba, situadas na Rua Marechal Deodoro, 1.028, 7º andar, Centro, Curitiba/PR, CEP 80010-010, fone (41) 3250-4912, endereço eletrônico <curitiba.consumidor@mppr.mp.br>, com base nos artigos 127, *caput* e 129, incisos II e III, da Constituição Federal; artigo 25, inciso IV, alínea "a)", da Lei Orgânica Nacional do Ministério Público; nos artigos 2º, inciso IV, alínea "a)", 57, inciso IV, alínea "b)" e 68, inciso V, "1.", todos da Lei Orgânica Estadual do Ministério Público; e na investigação realizada no Inquérito Civil n.º MPPR-0046.16.054361-0 vem, perante Vossa Excelência, propor **AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO** em face de **TRÊS COMÉRCIO DE PUBLICAÇÕES LTDA.** (em recuperação judicial), pessoa jurídica inscrita no CNPJ sob [REDAZIDA]

[REDAZIDA] pelas seguintes razões:

1. Dos Fatos

Foi instaurado pela 1ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor de Curitiba o Inquérito Civil n.º MPPR-0046.16.054361-0 a partir de reclamação feita pelo consumidor Sr. Wilson Santos, segundo a qual a TRÊS COMÉRCIO DE PUBLICAÇÕES LTDA. (EDITORA TRÊS) realizaria uma abordagem inapropriada dos consumidores, bem como o sorteio de um "Porch Geely" em desconformidade com os artigos 1º e 3º, inciso II, da Lei 5.768/1971, que trata da distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

No verso do cupom¹ consta a informação de que "(...) com base no art. 3º, II, da Lei 5.768/71, não vincula a participação dos concorrentes à aquisição ou uso de qualquer bem, direto ou serviço, não subordina os concorrentes a qualquer tipo de sorte ou risco, nem qualquer pagamento ou contraprestação, portanto, não incide em qualquer dispositivo do artigo 2º da Portaria 422/2013 do Ministério da Fazenda, caracterizando-se como um concurso EXCLUSIVAMENTE cultural e recreativo".

Porém, em diligência² realizada pela servidora Simone Kanning, que se apresentou como consumidora no ponto de venda da fornecedora no Aeroporto Afonso Pena, houve questionamento específico sobre o carro objeto do sorteio, recebendo a informação de que "só podia participar quem apresentasse o cartão de crédito". Na mesma ocasião a servidora foi convidada a apresentar o seu cartão de crédito, bandeira Visa ou Mastercard, para ganhar uma mala de viagem e uma assinatura anual gratuita de qualquer revista a ser escolhida dentre as opções apresentadas, pagando apenas a taxa de entrega.

Daí porque foi identificada a veiculação de publicidade enganosa pela fornecedora, vedada que é pelo artigo 37, §1º, do CDC. Ainda, a utilização da nomenclatura "Porch Geely" para se referir ao automóvel objeto do sorteio pode induzir o consumidor a acreditar que se trata de um carro da marca "Porsche" ao invés do "Geely GC2" da marca Geely Motors³, prática abusiva proibida pelo artigo 39, inciso IV, do CDC, por "prevaler-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços".

Em resposta ao Ofício n.º 1186/2016⁴, a Gerência Nacional de Produtos Lotéricos da Caixa Econômica Federal informou⁵ que instaurou Processo Administrativo de Fiscalização n.º 295/2016 pois, em apuração preliminar, teria identificado descumprimento à Lei 5.768/71 e demais regulamentos, sobretudo o

¹ F. 42 do Inquérito Civil.

² F. 11 do Inquérito Civil.

³ Verso do cupom de f. 08 do Inquérito Civil e explicação do modelo à f. 12 do Inquérito Civil.

⁴ F. 09 do Inquérito Civil.

⁵ F. 13 do Inquérito Civil.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

artigo 2º, item V, da Portaria SEAE/MF n.º 422/2014, o que desconfiguraria o concurso como exclusivamente cultural por *“expor o participante a produtos, serviços ou marcas da promotora ou de terceiros, em qualquer meio”*.

Após o recebimento do Ofício n.º 1308/16º a fornecedora apresentou⁷ manifestação segundo a qual não haveria irregularidades no concurso cultural denominado “Embarque Premiado”, sendo a participação gratuita, podendo o interessado concorrer tantas vezes quanto desejasse, bastando a elaboração de frase definindo, em até 10 (dez) palavras, a importância de Curitiba na vida do participante.

Segundo a fornecedora, *“os cupons do concurso estão disponíveis com os promotores de vendas das revistas da EDITORA TRÊS que não estão autorizados a vincular a retirada à adesão da assinatura das revistas ou solicitar aos interessados a apresentação de cartão de crédito porque a participação é gratuita”*. (destaques do original)

Informou que o regulamento da promoção está exposto em um “totem” ao lado do veículo, no qual constam todas as condições do concurso cultural, elaboradas de acordo com a legislação aplicável. E mais, que os participantes têm acesso direto ao veículo, já que exposto no Aeroporto Afonso Pena.

Na sequência a GEELY MOTORS DO BRASIL LTDA., em resposta ao Ofício n.º 1927/16º, informou⁹ que não veiculou, patrocinou ou dirigiu de qualquer forma a publicidade, desconhecendo a procedência do sorteio e/ou o anunciante. E mais, que *“desconhece a razão para identificação de veículos da marca chinesa 'GEELY' com a nomenclatura 'PORCH', notadamente pela inexistência de modelo com esta denominação ou relação com a marca denominada 'Porsche', cuja grafia é diversa daquela grosseiramente atribuída ao veículo no cupom de fls. 05 (PORCH)”*.

⁶ F. 15 do Inquérito Civil.

⁷ F. 36-37 do Inquérito Civil.

⁸ F. 49 do Inquérito Civil.

⁹ F. 53-57 do Inquérito Civil.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

Acrescentou que detinha exclusividade para importação de veículos da marca "GEELY" no Brasil, mediante contrato firmado com a fabricante chinesa GEELY INTERNACIONAL CORPORATION, tendo importado apenas dois modelos de veículos, denominados "GC2 GL" e "EC7", pertencendo ambos ao segmento compacto popular, "sem qualquer similaridade com os veículos de luxo da marca 'PORSCHE'".

A Caixa Econômica Federal, por sua vez, em resposta ao Ofício n.º 1928/2016¹⁰ informou¹¹ que no Processo Administrativo de Fiscalização n.º 295/2016 foi aplicada **penalidade** à fornecedora com os seguintes valores/características: a) apuração do valor da promoção, R\$ 31.450,00; b) multa de 20% sobre o valor da premiação, no valor de R\$ 6.290,00; c) taxa de fiscalização no valor de R\$ 1.333,00; e d) Imposto de Renda sobre o valor da promoção, alíquota de 20%, valor de R\$ 6.290,00.

Na sequência, em resposta ao Ofício n.º 0157/17¹², a fornecedora esclareceu¹³ que o Sr. Fernando José Batista Viola, inscrito no CPF/MF sob o n.º 338.335.348-69, foi o ganhador do concurso cultural "Embarque Premiado", e que o prêmio foi entregue na cidade de São Paulo.

A Caixa Econômica Federal noticiou¹⁴, em resposta ao Ofício n.º 0158/17¹⁵, que a fornecedora não havia efetuado, até então, os pagamentos relativos às penalidades, de modo que o débito seria encaminhado à Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional para inscrição em dívida ativa.

Por fim, foi determinado¹⁶ o envio de ofício ao Sr. Fernando José Batista Viola (ganhador do concurso) para que informasse (i) se o automóvel I/GEELY GC2 GL, ano de fabricação/modelo 2014/2015, placas [REDACTED] foi recebido em razão de sua participação no concurso cultural "Embarque Premiado"

¹⁰ F. 50 do Inquérito Civil.

¹¹ F. 51-52 do Inquérito Civil.

¹² F. 80 do Inquérito Civil.

¹³ F. 81 do Inquérito Civil.

¹⁴ F. 87 do Inquérito Civil.

¹⁵ F. 79 do Inquérito Civil.

¹⁶ F. 90 do Inquérito Civil.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

promovido pela fornecedora no período de 01/06/2016 a 19/10/2016; (ii) de que forma realizou sua participação no concurso, se apenas preenchendo o cupom, se adquirindo algum produto oferecido pela fornecedora, ou se teve que informar dados de cartão de crédito; (iii) se em algum momento pensou que estaria concorrendo a um PORSCHE, já que no cupom havia a informação de que o prêmio seria um "Porch Geely".

Não obstante o Ofício n.º 0466/17, e sua reiteração por duas vezes, terem sido devidamente recebidos pelo próprio Sr. Fernando José Batista Viola¹⁷, não prestou os esclarecimentos solicitados.

Assim, em virtude da veiculação de publicidade enganosa pela fornecedora, além do descumprimento da Lei 5.768/71 e demais regulamentos aplicáveis, não resta outra solução que não a propositura desta Ação Coletiva de Consumo, objetivando a tutela dos direitos dos consumidores lesados pelas práticas abusivas adotadas pela fornecedora.

2. Da Legitimidade Ativa do Ministério Público

A CF/88 atribuiu expressamente ao Ministério Público a competência para a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos *interesses sociais e individuais indisponíveis* (artigo 127). Ainda é função institucional do Ministério Público, dentre outras, o ajuizamento de ação civil pública para a proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros direitos difusos e coletivos, ou seja, dos *direitos dos consumidores*.

Para além da Constituição Federal, a legitimidade do Ministério Público para ajuizar esta ação também encontra fundamento na Lei Orgânica Nacional do Ministério Público, em seu artigo 25, inciso IV, alínea "a)", assim como no artigo 2º, inciso IV, alínea "a)" e no artigo 57, inciso IV, alínea "b)" da Lei Orgânica e Estatuto do Ministério Público do Estado do Paraná.

¹⁷ F. 91, e respectivos versos, do Inquérito Civil.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece que a **defesa coletiva** será exercida diante de **“interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum”** (conforme artigo 81, parágrafo único, inciso III). E um dos legitimados para a defesa coletiva é o Ministério Público (artigo 82, inciso I).

Portanto, os interesses individuais homogêneos tutelados nesta ação possuem uma **origem comum**: a abusividade da publicidade veiculada pela fornecedora e a desconformidade do concurso cultural promovido.

A Lei da Ação Civil Pública prevê a possibilidade de propositura pelo Ministério Público de ação de responsabilidade por dano causado ao consumidor, objetivando a condenação em dinheiro e/ou o cumprimento de obrigação de fazer ou de não fazer - artigo 1º, inciso II; artigo 3º; e artigo 5º, inciso I.

Portanto, o CDC e a Lei da Ação Civil Pública não deixam dúvidas a respeito da possibilidade de ajuizamento desta Ação Coletiva de Consumo.

3. Dos Fundamentos Jurídicos

3.1. Aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC)

Prevê o artigo 2º do CDC que **“consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”**.

Já o artigo 29 do CDC estabelece que para os fins dos Capítulos que tratam das Práticas Comerciais e da Proteção Contratual, **“equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”**.

O artigo 3º do CDC conceitua fornecedor como **“toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes”**



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.

Disciplina o artigo 3º, §2º do CDC que serviço “*é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista*”. (destacado)

Dessa maneira, as pessoas físicas que participaram do concurso cultural são consideradas consumidoras, bem como todos que, de alguma forma, foram expostos à publicidade enganosa veiculada pela fornecedora.

Considerando tais conceitos, a relação jurídica estabelecida é verdadeiramente de consumo, impondo a aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor constantes do CDC, de ordem pública e interesse social, ou seja, normas cogentes e imperativas.

3.2. Da Solicitação Indevida do Cartão de Crédito dos Consumidores e da Publicidade Enganosa

Apurou o Autor durante o trâmite do Inquérito Civil que a fornecedora promoveu um concurso cultural denominado “Embarque Premiado”, por meio do qual o participante teria que definir, em até 10 palavras, “*a importância de Curitiba na sua vida*”.

O ganhador da promoção concorreria a um “**Porch Geely**”, constando do regulamento¹⁸ do concurso o seguinte:

¹⁸ F. 42 do Inquérito Civil.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

"Regulamento – Embarque Premiado"

Realizado pela TRÊS COMÉRCIO DE PUBLICAÇÕES LTDA., inscrita no CNPJ nº [REDAZIDO] com sede na [REDAZIDO]

[REDAZIDO]
[REDAZIDO]
[REDAZIDO] e no art. 3º, II, da Lei 5.768/71, não vincula a participação dos concorrentes à aquisição ou uso de qualquer bem, direito ou serviço, não subordina os concorrentes a qualquer tipo de sorte ou risco, nem qualquer pagamento ou contraprestação, portanto, não incide em qualquer dispositivo do artigo 2º da Portaria 422/2013 do Ministério da Fazenda, caracterizando-se como um concurso é **EXCLUSIVAMENTE cultural e recreativo.**

1. O concurso está aberto a todas as pessoas físicas, maiores e capazes, residentes e domiciliadas no Brasil, exceto aos empregados das empresas diretamente ligadas à organização, divulgação e execução do presente concurso.

2. **Os interessados deverão retirar os cupons junto aos promotores de vendas de assinaturas das revistas da EDITORA TRÊS, presentes no Aeroporto Internacional de Curitiba – Afonso Pena,** e preenchê-los de acordo com as instruções, redigindo uma frase original e criativa sobre o tema: 'Defina em até 10 palavras a importância Curitiba na sua vida', e depositá-los na urna instalada nas dependências do estande de venda de assinaturas de revistas da EDITORA TRÊS, instalado no Aeroporto.

3. **A PARTICIPAÇÃO É GRATUITA** e qualquer pessoa, observado o disposto no item "1" do presente regulamento, poderá concorrer com quantas frases quiser, desde que a faça de forma individual, ou seja, uma frase por cupom. Não serão aceitas cartas, fax, e-mails ou outros instrumentos além do cupom original. São condições para a participação no concurso, sob pena de **DESCLASSIFICAÇÃO**, a elaboração legível em língua portuguesa da frase concorrente e o preenchimento correto e completo da qualificação do



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

participante. Em caso de desclassificação, a empresa realizadora não será obrigada a comunicar, notificar ou avisar o participante.

4. O concurso cultural é válido no período de 01/06/2016 até 19/10/2016.

CONFIRA O REGULAMENTO COMPLETO COM UM(A) DE NOSSOS ATENDENTES.

Prêmio oficial: 1 Veículo GEELY GC2 GL Ano Modelo 2015” (destacado)

Ocorre que os consumidores, ao retirarem os cupons com os promotores de vendas de assinaturas das revistas da fornecedora (presentes no Aeroporto Afonso Pena), **eram abordados de forma inadequada e não condizente com o regulamento do concurso cultural promovido.**

É o que se extrai da certidão¹⁹ juntada no Inquérito Civil, lavrada pela servidora Simone Kanning:

“Cumprindo a diligência determinada pelo Promotor Maximiliano Ribeiro Deliberador, certifico que fui até o Aeroporto Afonso Pena, dia 19/07/2016 às 14 horas, e verifiquei o atendimento da Editora Três(Isto é) em relação à 'premiação objeto desta NF'. Não me identifiquei como servidora do Ministério Público, fui atendida como consumidora.

De início fui convidada a apenas apresentar meu cartão de crédito bandeira VISA ou MASTER para ganhar na hora uma mala de viagem e uma assinatura anual grátis de qualquer revista que escolhesse(das opções deles), pagaria apenas a taxa de entrega das mesmas(valor não informado pela falta de apresentação do cartão). **Questionei sobre o carro que estava para sorteio e fui informada pelo atendente que também só podia participar quem apresentasse o cartão de crédito”** (destacado)

Assim sendo, o regulamento do concurso em momento algum condicionou a participação dos consumidores à apresentação de cartão de crédito.

¹⁹ F. 11 do Inquérito Civil.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

A Lei 5.768/71, que trata da distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, assim prevê nos artigos 1º, *caput*, e 3º, inciso II:

“Art. 1º A distribuição gratuita de prêmios a título de propaganda quando efetuada mediante sorteio, vale-brinde, concurso ou operação assemelhada, dependerá de prévia autorização do Ministério da Fazenda, nos termos desta Lei e de seu regulamento.” (destacado)

“Art. 3º Independente de autorização, não se lhes aplicando o disposto nos artigos anteriores:

[...]

II - a distribuição gratuita de prêmios em razão do resultado de concurso exclusivamente cultural artístico, desportivo ou recreativo, não subordinado a qualquer modalidade de álea ou pagamento pelos concorrentes, nem vinculação destes ou dos contemplados à aquisição ou uso de qualquer bem, direito ou serviço.”²⁰ (destacado)

Regulamentando a Lei 5.768/71 e o Decreto 70.951/72, o Ministério da Fazenda editou a Portaria nº 422, de 18 de julho de 2013, que identifica hipóteses de **comprometimento** do caráter exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo de concurso destinado à distribuição gratuita de prêmios, prevendo no seu artigo 2º e incisos que:

“Art. 2º Fica descaracterizado como exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo o concurso em que se consumar a presença ou a ocorrência de ao menos um dos seguintes elementos, além de outros, na medida em que configurem o intuito de promoção comercial:

I - propaganda da promotora ou de algum de seus produtos ou serviços, bem como de terceiros, nos materiais de divulgação em qualquer canal ou meio, ressalvada a mera identificação da promotora do concurso;

II - marca, nome, produto, serviço, atividade ou outro elemento de identificação da empresa promotora, ou de terceiros, no material a ser produzido pelo

²⁰ Tem mesma redação o artigo 30 do Decreto 70.951/72.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

participante ou na mecânica do concurso, vedada, ainda, a identificação no nome ou chamada da promoção;

III - subordinação a alguma modalidade de álea ou pagamento pelos concorrentes, em qualquer fase do concurso;

IV - vinculação dos concorrentes ou dos contemplados com premiação à aquisição ou uso de algum bem, direito ou serviço;

V - exposição do participante a produtos, serviços ou marcas da promotora ou de terceiros, em qualquer meio;

VI - adivinhação;

VII - divulgação do concurso na embalagem de produto da promotora ou de terceiros;

VIII - exigência de preenchimento de cadastro detalhado, ou resposta a pesquisas, e de aceitação de recebimento de material publicitário de qualquer natureza;

IX - premiação que envolve produto ou serviço da promotora;

X - realização de concurso em rede social, permitida apenas sua divulgação no referido meio;

XI - realização de concurso por meio televisivo, mediante participação onerosa; e

XII - vinculação a eventos e datas comemorativas, como campeonatos esportivos, Dia das Mães, Natal, Dia dos Namorados, Dia dos Pais, Dia das Crianças, aniversário de Estado, de Município ou do Distrito Federal e demais hipóteses congêneres." (destacado)

Portanto, o item 2²¹ do regulamento do concurso infringiu o artigo 2º, inciso V, da Portaria nº 422 do Ministério da Fazenda, pois os consumidores, ao retirarem os cupons com os promotores de vendas de assinaturas de revistas da fornecedora, foram expostos aos seus produtos, **desconfigurando o concurso como exclusivamente cultural**, segundo concluiu a Caixa Econômica Federal²². **A fornecedora teve, portanto, finalidade comercial ao promover o concurso.**

²¹ "[...]"

2. Os interessados deverão retirar os cupons junto aos promotores de vendas de assinaturas das revistas da EDITORA TRÊS, presentes no Aeroporto Internacional de Curitiba – Afonso Pena, e preenchê-los de acordo com as instruções, redigindo uma frase original e criativa sobre o tema: 'Defina em até 10 palavras a importância Curitiba na sua vida', e depositá-los na urna instalada nas dependências do estande de venda de assinaturas de revistas da EDITORA TRÊS, instalado no Aeroporto." (destacado)

²² F. 13 do Inquérito Civil.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

E mais, o concurso cultural possuía como prêmio um **"Porch Geely"**²³, automóvel da "GEELY", marca chinesa que esclareceu²⁴ desconhecer **"a razão para identificação de veículos da marca chinesa 'GEELY' com a nomenclatura 'PORCH', notadamente pela inexistência de modelo com esta denominação ou relação com a marca denominada 'Porsche', cuja grafia é diversa daquela grosseiramente atribuída ao veículo no cupom de fls. 05 (PORCH)"**.

Ainda, informou²⁵ que a GEELY Motors do Brasil importou apenas 02 (dois) modelos de veículos da marca, denominados "GC2 GL" e "EC7", segmento compacto popular, **"sem qualquer similaridade com os veículos de luxo da marca 'PORSCHE'"**, conforme fichas técnicas apresentadas²⁶.

Isso porque, a utilização da nomenclatura "Porch Geely" para se referir ao automóvel objeto do sorteio pode induzir o consumidor a acreditar que se trata de um carro da marca "Porsche" ao invés do "Geely GC2" da marca Geely Motors²⁷.

Por isso o concurso cultural promovido pela fornecedora, além de descumprir a Lei 5.768/71, violou dispositivos constantes do próprio CDC.

Prevê o artigo 6º, inciso III, do CDC que um dos direitos básicos do consumidor é obter **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.**

O artigo 31, *caput*, do CDC explicita o **direito à informação** dos consumidores: **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.**

²³ F. 08 do Inquérito Civil.

²⁴ Item "2)" da f. 56 do Inquérito Civil.

²⁵ Item "2)" da f. 56 do Inquérito Civil.

²⁶ F. 74 e 75 do Inquérito Civil.

²⁷ Verso do cupom de f. 08 do Inquérito Civil e explicação do modelo à f. 12 do Inquérito Civil.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

Além dos consumidores não receberem informações claras sobre o carro objeto do concurso, e a fornecedora **veicular publicidade que sabia ser enganosa**, restou demonstrado que tinha finalidade explícita de angariar novas assinaturas para as revistas que comercializa ao solicitar o cartão de crédito dos consumidores.

O inciso IV do artigo 6º do CDC prevê como um dos direitos básicos do consumidor **a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.**

O artigo 37, §1º, do CDC define que **é enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.**

Logo, a fornecedora agiu em desacordo com o comando do artigo 39, inciso IV, do CDC, pois ao exigir que fosse retirado o cupom da promoção com um dos promotores de vendas das assinaturas das revistas, **prevaleceu-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços.**

Por fim, a fornecedora cometeu prática abusiva vedada pelo artigo 39, inciso VIII, do CDC, de **colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro).**



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

Considerando o fim da validade da promoção²⁸ (de 01/06/2016 até 19/10/2016) e a efetiva premiação do consumidor ganhador do concurso cultural²⁹, remanesce a necessidade de um provimento judicial capaz de determinar que a fornecedora **não realize qualquer tipo de concurso cultural ou sorteio em que a retirada do cupom seja feita junto aos promotores de vendas de assinaturas de revistas e/ou periódicos, bem como não condicionem a respectiva entrega à apresentação de cartão de crédito, débito ou outro meio semelhante.**

3.3. Da Reparação dos Danos Morais Coletivos

Os incisos VI e VII do artigo 6º do CDC e o artigo 1º, inciso II da Lei 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública) estabelecem a possibilidade de reparação dos danos morais causados à coletividade.

Quanto ao aspecto coletivo dos danos, é evidente que as práticas abusivas adotadas pela fornecedora geraram abalo à coletividade, considerando o grande número de consumidores expostos à publicidade enganosa veiculada no Aeroporto Afonso Pena, quinto maior aeroporto do país.

Segundo informações da Secretaria de Infraestrutura e Logística do Paraná³⁰, a movimentação do Aeroporto Afonso Pena é atualmente de 5.500 pousos + decolagens mensais e **180.000 (cento e oitenta mil) passageiros embarcados e desembarcados mensais.**

Consequentemente, sobressaem nítidos a abrangência e o alcance social das práticas abusivas praticadas pela fornecedora, prevalecendo o interesse social na tutela coletiva objeto desta ação, pois a *“correção das lesões às relações de consumo transcende os interesses individuais”*³¹.

²⁸ Item 4 do verso do regulamento do concurso - f. 42 do Inquérito Civil.

²⁹ Sr. Fernando José Batista Viola (f. 81-86 do Inquérito Civil).

³⁰ Disponível em: <<http://www.infraestrutura.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=110>>. Acesso em: 22/08/2018.

³¹ REsp 1464868/SP, Rel. Ministro Herman Benjamin, Segunda Turma, julgado em 22/11/2016, DJe 30/11/2016.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

A jurisprudência do **Superior Tribunal de Justiça** ratifica a fixação de uma condenação pelos danos morais sofridos pela coletividade, destacando o caráter punitivo da condenação.

De acordo com o Ministro Humberto Martins, Relator do REsp 1509923/SP, "*O dano moral coletivo **prescinde da comprovação de dor, de sofrimento e de abalo psicológico**, pois tal comprovação, embora possível na esfera individual, torna-se inaplicável quando se cuida de interesses difusos e coletivos.*"³² (destacado)

O Ministro Mauro Campbell Marques, relator do REsp 1397870/MG, destacou que: "*A evolução da sociedade e da legislação têm levado a doutrina e a jurisprudência a entender que, **quando são atingidos valores e interesses fundamentais de um grupo, não há como negar a essa coletividade a defesa do seu patrimônio imaterial.***"³³ (destacado)

E continua: "*O dano moral coletivo é a lesão na esfera moral de uma comunidade, isto é, **a violação de direito transindividual de ordem coletiva, valores de uma sociedade atingidos do ponto de vista jurídico**, de forma a envolver não apenas a dor psíquica, mas **qualquer abalo negativo à moral da coletividade**, pois o dano é, na verdade, apenas a consequência da lesão à esfera extrapatrimonial de uma pessoa.*" (destacado)

Com relação à comprovação dos danos morais coletivos, assim manifestou-se o relator Ministro Herman Benjamin no REsp 1464868/SP: "*O dano moral coletivo não depende da comprovação de dor, de sofrimento ou de abalo psicológico, pois tal comprovação, muito embora possível na esfera individual, torna-se inviável aos interesses difusos e coletivos, razão pela qual é dispensada (...)*".

³² REsp 1509923/SP, Rel. Ministro Humberto Martins, Segunda Turma, julgado em 06/10/2015, DJe 22/10/2015.

³³ REsp 1397870/MG, Rel. Ministro Mauro Campbell Marques, Segunda Turma, julgado em 02/12/2014, DJe 10/12/2014.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

As práticas abusivas cometidas pela fornecedora não devem ser toleradas, considerando sua significância e repercussão social.

Quanto à fixação do valor, devem ser observados os princípios da proporcionalidade e razoabilidade, devendo ser compatível com a **área de atuação** da fornecedora, pois é público e notório que possui estandes em inúmeros aeroportos espalhados pelo país. Além disso, evidente a abrangência da publicidade feita do concurso cultural, já que pelo Aeroporto Afonso Pena passam mensalmente passageiros de todos os Estados do país, tanto que o consumidor ganhador da promoção reside em São Paulo/SP³⁴.

Ainda, deve ser levado em conta que a propositura de ações de reparação de danos possui **dupla função**: uma de reparar os danos causados pelas práticas abusivas e outra de desestimular condutas semelhantes por outras editoras (função dissuasória).

Esse é mais um motivo para que a condenação da fornecedora pelos danos morais coletivos causados seja exemplar e não inferior ao valor de **R\$ 100.000,00 (cem mil reais)**, a ser revertido ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor do Paraná – FECON, objetivando que a indenização tenha efetivamente um caráter compensatório, punitivo e, ao mesmo tempo, pedagógico.

4. Dos Pedidos

Diante de todo o exposto, requer o Ministério Público:

a) a citação da fornecedora no endereço indicado para, querendo, ofereça resposta e acompanhe a ação, sob pena de revelia e presunção de veracidade dos fatos alegados (artigo 344 do Código de Processo Civil);

b) a procedência dos pedidos iniciais, condenando-se a fornecedora:

³⁴ F. 82 do Inquérito Civil.



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

b.1) a não realizar qualquer tipo de concurso cultural, sorteio ou correlato, em que a retirada do cupom seja feita junto aos promotores de vendas de assinaturas de revistas e/ou periódicos, bem como não condicionar a respectiva entrega à apresentação de cartão de crédito, débito ou outro meio semelhante, sob pena de multa de R\$10.000,00 (dez mil reais) por fato identificado, a ser recolhida ao FECON;

b.2) não realizar qualquer tipo de concurso cultural, sorteio ou correlato, sem a prévia autorização do órgão fiscalizador/regulador competente, quando devido; sob pena de multa de R\$10.000,00 (dez mil reais) por fato identificado, a ser recolhida ao FECON;

b.3) não se utilizar de publicidade enganosa ou abusiva (artigo 37 do CDC), em qualquer tipo de concurso cultural, sorteio ou correlato, sob pena de multa de R\$10.000,00 (dez mil reais) por fato identificado, a ser recolhida ao FECON;

b.3) o ressarcimento dos danos morais coletivos causados, em valor não inferior a **R\$ 100.000,00 (cem mil reais)**, a ser revertido ao FECON.

c) a publicação de edital no órgão oficial (artigo 94 do CDC), a fim de que os consumidores possam intervir no processo como litisconsortes, sem prejuízo de ampla divulgação pelos meios de comunicação social por parte dos órgãos de defesa do consumidor;

d) a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos ou despesas (artigo 18 da Lei de Ação Civil Pública e o artigo 87 do CDC),

e) a condenação da fornecedora ao pagamento dos ônus da sucumbência;

f) a prova do alegado por meio de outros documentos, bem como depoimento pessoal do representante da fornecedora, a oitiva de testemunhas e



MINISTÉRIO PÚBLICO

do Estado do Paraná

realização de perícia, caso necessários, além de outros meios de prova admitidos, requerendo-se, desde já, que, diante da verossimilhança das alegações e hipossuficiência dos consumidores, seja determinada a inversão do ônus da prova, como admite o artigo 6º, inciso VIII, do CDC;

g) desnecessária a designação de **audiência de conciliação**, nos termos do artigo 319, inciso VII, do CPC; e

h) sejam as intimações procedidas na forma dos artigos 180, *caput* e 183, §1º do CPC, c/c o artigo 41, inciso IV, da Lei Orgânica Nacional do Ministério Público, junto às **Promotorias de Defesa do Consumidor de Curitiba**, situadas na Rua Marechal Deodoro, 1.028, 7º andar, Edifício Baracat, Centro, Curitiba/PR, CEP 80010-010, fone: (41) 3250-4912.

Atribui-se à causa o valor de **R\$ 100.000,00 (cem mil reais)**.

Curitiba, 28 de agosto de 2018.



Maximiliano Ribeiro Deliberador

Promotor de Justiça

Dados registrados com sucesso!

Número único será gerado no momento da distribuição do processo	
Código de Verificação de Autenticidade para acesso à Plataforma de Atendimento ao Processo	
Vara Cível de Curitiba	56268822120180829124320
29/08/2018 às 12:43:20	
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR	Não Cadastrado
Endereço: Rua Marechal Deodoro, 1.028 Complemento: 7º andar, Edifício Baracat Bairro: Centro Cidade: CURITIBA/PR CEP: 80.010-010	
Tres Comercio de Publicações Ltda	00.597.491/0001-08
Endereço: Rua William Speers, 1212 Bairro: Lapa de Baixo Cidade: SÃO PAULO/SP CEP: 05.067-900	
	Não
	PROCESSO AUTUADO
63 - Ação Civil Coletiva	11811 - Práticas Abusivas
R\$ 100.000,00	

0008318-24.2018.8.16.0194
23ª Vara Cível de Curitiba