

TERMO DE COMPROMISSO DE AJUSTAMENTO DE CONDUTA

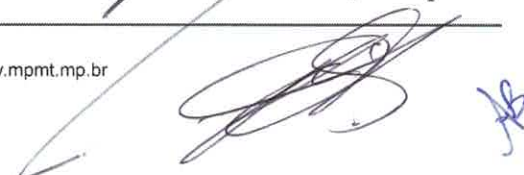
Inquérito Civil nº 004711-025/2019.

Pelo presente instrumento, com fundamento no disposto no artigo 5º, § 6º, da Lei nº 7.347/85 e nos artigos 52, inciso IV, e 53, ambos da Resolução n. 52/2018, expedida pelo egrégio Conselho Superior do MP/MT, bem como com supedâneo na Resolução n. 179/2017, lavrada pelo insigne Conselho Nacional do Ministério Público, com eficácia de título executivo extrajudicial, de um lado o **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO**, por meio do Promotor de Justiça ao final assinado, doravante denominado **COMPROMISSÁRIO**, e, de outro lado, a empresa **J. M. MARTINS DUTRA ME (CASTELLUS ACQUA PARK HOTEL)**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 05.242.147/0001-01, representada por João Martins Dutra, inscrito no CPF sob o nº 787.622.519-53, doravante denominada **COMPROMITENTE**, resolvem celebrar termo de compromisso de ajustamento de conduta, nos moldes a seguir delineados:

Considerando que cabe ao Ministério Público a defesa dos interesses difusos e coletivos ligados ao consumidor;

Considerando que no tocante à enorme massa de consumidores eventualmente lesados pela veiculação de propaganda com conteúdo não verdadeiro (enganosa), podemos falar na defesa de interesses ou direitos transindividuais, de natureza indivisível, de que é titular um grupo ou categoria de pessoas, que o Código de Defesa do Consumidor denomina de interesses ou direitos coletivos (artigo 81, parágrafo único, inciso II);

Considerando que no que tange ao universo de possíveis consumidores que poderão ser lesados pela aquisição de título/passaporte do estabelecimento, pode-se falar na tutela de interesses ou direitos transindividuais, de natureza indivisível, de que são ou serão titulares pessoas indeterminadas e ligadas pela circunstância fática de consumo, no que o



Código de Defesa do Consumidor os denomina de interesses ou direitos difusos (artigo 81, parágrafo único, inciso I);

Considerando que dentre os direitos básicos do consumidor está 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 riscos que apresentem;


Considerando que também é direito básico 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;

Considerando que toda publicidade deve ser escoreta e honesta, segundo os requisitos legais, devendo apresentar-se verdadeira preservando os valores éticos de nossa sociedade, não induzindo o consumidor a situações que lhe prejudique, devendo fundar-se em dados fáticos, técnicos e científicos que comprovem a informação veiculada, para conhecimento dos interessados e eventual demonstração de sua veracidade;

Considerando que a colocação de placas, anúncios, cartazes, apresentando especialidade que o estabelecimento não detém constitui publicidade enganosa;

Considerando que enganosa é 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 serviço;

Considerando que 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 e a transparência e harmonia das relações de consumo;

Considerando o que dispõe o Código de Defesa do Consumidor acerca do direito à informação e à publicidade:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

III - 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;

IV - 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;

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º 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.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.





Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

Considerando que o artigo 127 da Constituição Federal prevê o seguinte:

“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”;

Considerando que ao Ministério Público são atribuídas as funções previstas nas Constituições Federal e Estadual, dentre as quais, a de promover o inquérito civil e a ação civil pública, na forma da lei, para garantir o respeito aos direitos do consumidor.

RESOLVEM as partes acima mencionadas celebrar a presente avença, com arrimo no art. 5º, § 6º, da Lei Federal n.º 7.347/85, nos seguintes termos:

CLÁUSULA PRIMEIRA: A COMPROMITENTE assume a obrigação de realizar contrapropaganda, no prazo de 15 (quinze) dias, nas rádios e nas redes sociais Facebook e Instagram, para informar e pedir desculpa aos consumidores quanto ao atraso que houve para a conclusão da piscina de ondas e pela divulgação da piscina de ondas de outro estabelecimento;

CLÁUSULA SEGUNDA: A COMPROMITENTE assume a obrigação de não fazer consistente em não promover a venda casada de bebidas aos usuários do clube, tais como, água e refrigerantes, ressalvando-se a possibilidade de vedar a entrada no



estabelecimento de qualquer bebida alcoólica, devendo para tanto, ser inserido no contrato de venda de passaporte a referida vedação, até 20 de julho de 2020, devido ao risco de acidentes, bem como visando preservar a integridade física dos usuários do clube;

CLÁUSULA TERCEIRA: A COMPROMITENTE, a título de reparação do dano moral coletivo, assume a obrigação de, até 20 de julho de 2020, realizar o pagamento de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), **a ser revertido para o Fundo Municipal de Saúde (CNPJ: 10.601.346/0001-07)**, para prevenção e tratamento ao COVID-19;

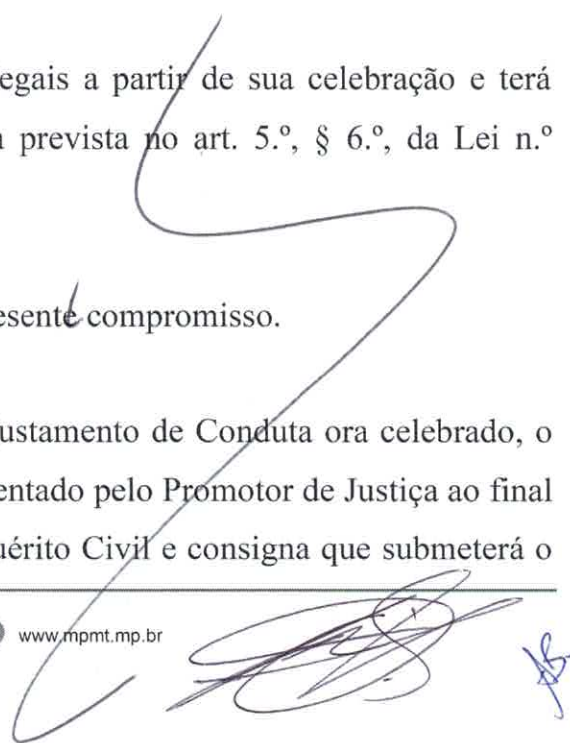
O descumprimento de qualquer uma das obrigações acima pactuadas nas cláusulas acima mencionadas implicará a cobrança de multa diária, no valor de R\$ 2.000,00 (mil reais), a ser paga pela COMPROMITENTE, a qual será revertida para o Fundo Municipal de Defesa do Consumidor, acrescida de juros de mora de 1% ao mês e de correção monetária pelo INPC;

CLÁUSULA QUARTA: O não pagamento da multa prevista nas cláusulas supramencionadas acarretará a sua cobrança judicial pelo Ministério Público, acrescentando-se ao valor da multa não paga correção monetária pelo INPC e juros legais, estes últimos no importe de 1% ao mês;

Este compromisso produzirá efeitos legais a partir de sua celebração e terá eficácia de título executivo extrajudicial, na forma prevista no art. 5.º, § 6.º, da Lei n.º 7.347/85.

E, por estarem de acordo, firmam o presente compromisso.

Com o Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta ora celebrado, o Ministério Público (tomador do compromisso), apresentado pelo Promotor de Justiça ao final assinado, promove o arquivamento do presente Inquérito Civil e consigna que submeterá o



aludido arquivamento à homologação do Egrégio Conselho Superior do Ministério Público do Estado de Mato Grosso, em cumprimento do artigo 9º, parágrafo terceiro, da Lei 7.347/85, e do disposto nos artigos 52, IV, e 53, §1º, I, ambos da Resolução nº 52/2018, expedida pelo Conselho Superior do MP/MT.

Sorriso, 19 de _____ de 2020.

JUNHO

Márcio Florestan Berestinas

Promotor de Justiça

J. M. Martins Dutra ME (Castellus Acqua Park Hotel)

João Maria Martins Dutra

(Compromitente)

Alessandra Scaquette
Alessandra Scaquette

OAB 25.984/0

Sandrelly Ugulino Cardoso
Sandrelly Ugulino Cardoso

(testemunha)

Júlia Del Corso Lopes
Júlia Del Corso Lopes

(testemunha)