

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DA _____VARA CÍVEL DA
COMARCA DE RONDONÓPOLIS/MT.**

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO, pessoa jurídica de direito público interno, CNPJ 14.921.092/0001-57, localizada na Rua Barão de Rio Branco, 2630, Edifício Valério Drago, Jardim Santa Marta, CEP: 78.710-100, representado pela Promotora de Justiça de Defesa do Consumidor, vem à presença de Vossa Excelência, com fundamento no artigo 129, II, III e IX da Constituição Federal, somado aos artigos 1º, II, 2º, 3º, 5º, *caput* e inciso I, 11, 12, da Lei Federal 7.347, de 24.07.85, que disciplina a Ação Civil Pública e, ainda, nos artigos 6º, VI; 81, parágrafo único e incisos I, II e III; 82, I; 83, 84, *caput* e parágrafos 3º e 4º; 87 e 91 do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078, de 11.09.90) propõe a presente:

AÇÃO CIVIL PÚBLICA COM PEDIDO DE ANTECIPAÇÃO DE TUTELA

em desfavor da **Havan Lojas de Departamento LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 79.379.491/0059-08 e inscrição estadual nº 13.485.068-8, Razão Social Havan Lojas de Departamento Ltda, localizada na Avenida Fernando Corrêa da Costa, s/n, Vila Aurora em Rondonópolis/MT, na pessoa de seu representante legal, pelas razões de fato e de direito que passa a expor:

1 – DOS FATOS:



O Ministério Público instaurou, de ofício, o Inquérito Civil n.º 010997-010/2013, no intuito de verificar práticas abusivas e lesivas aos consumidores que vem ocorrendo com frequência em estabelecimentos comerciais de Rondonópolis, consistentes em: ofertar produtos sem a informação correta dos preços, por não ter afixado na gôndola e/ou por haver diferença de preço entre aquele afixado nas gôndolas, o constante nas etiquetas dos produtos e aquele da barra de leitura do caixa.

Requisitada ao PROCON – Rondonópolis a realização de fiscalização em estabelecimentos comerciais deste Município, a fim de se constatar a ocorrência das aludidas práticas, restaram encaminhados os documentos que foram juntados às fls. 08/15, que consistem no **Relatório de Fiscalização n.º 25/2013, Auto de Infração n.º 074/2013, Autos de Constatação n.º 429/2013, 430/2013, 435A/2013 e 435B/2013**, cujas irregularidades transcrevo:

- ***Oferta ao público consumidor de produtos sem as informações de seus respectivos preços;***
- ***Oferta ao público consumidor de produtos com divergência entre o preço ofertado na gôndola e o preço aferido no caixa através da leitura do código de barras, ou seja com duplicidade de preços;***
- ***Oferta ao público consumidor de produtos com informativo de preços ilegível (rasurado);***
- ***Oferta ao público consumidor do mesmo produto com preços distintos;***
- ***Inexistência de informação sobre o valor total a ser pago nas compras efetuadas com financiamento ou parcelamento, o número, periodicidade e valor das prestações, bem como os eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento.***

Assim é que, nos anos de 2014 e 2015, novamente o PROCON verificou a reiteração das mencionadas práticas abusivas e lesivas ao consumidor, além de outras, após a realização de mais duas fiscalizações no estabelecimento requerido, em 11/09/2014 e 23/09/2015. Conforme informações e Autos de Constatação juntados às fls. 36/38 e 52/60, restou constatado:

- **Que a empresa compromissária expunha ao público consumidor produtos avariados;**
- **Ofertava ao público consumidor de produtos sem as informações de seus respectivos preços;**
- **Disponibilizava ao consumidor equipamentos de leitura ótica, no entanto, os mesmos não são indicados por cartazes suspensos.**
- **Não disponibiliza o croqui da área de vendas, com a identificação clara e precisa da localização dos leitores óticos.**

Diante disso, realizou-se Audiência Extrajudicial nesta Promotoria de Justiça, oportunidade em que foi apresentada minuta de Termo de Ajustamento de Conduta e discutidas as suas cláusulas, tendo o representante do estabelecimento alegado que não procedem as irregularidades, deixando claro que não intenciona firmar acordo com o Ministério Público.

Insta salientar, que fora proposta ação perante o Juizado Especial que restou extinto ante a incompetência daquele Juízo para processamento e julgamento do feito, porém, antes deste *Parquet* ingressar com respectiva Ação Civil Pública junto a uma Vara Cível comum, na tentativa de se buscar uma solução consensual que atenda ao interesse público, realizou designado o dia 27 de janeiro de 2020 para a realização de Audiência Extrajudicial para eventual celebração de TAC – Termo de Ajustamento de Conduta.

Ocasão em que o procurador da empresa requerida pugnou pelo prazo de 15 (quinze) dias para que a empresa pudesse analisar o Termo de Ajustamento de Conduta que fora colocado nas mãos do advogado e que até a presente data não obtivemos resposta.

As condutas acima descritas, perpetradas pelo requerido, configuram práticas abusivas e lesivas aos direitos de consumidores indeterminados, colocando-os em sobressalto e ferindo, assim, os princípios basilares do Código de Defesa do Consumidor que amparam os consumidores no âmbito difuso, quais sejam, princípio da confiança, princípio da boa-fé objetiva, princípio da informação, princípio da lealdade.

Tais condutas acarretam, outrossim, um dano moral coletivo (difuso) que somente poderá ser inibido com a imposição de multa pela prática abusiva e indenização por dano moral coletivo.

2 – DO DIREITO:

2.1 - DA PRÁTICA ABUSIVA

Em decorrência do que foi apurado na análise do caso concreto, observa-se que as condutas adotadas pela ré afrontam diversos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, e ferem interesses difusos, entendidos como aqueles transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato.

Outrossim, a conduta do réu configura uma prática 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, assim, não cumprem o réu seus deveres anexos impostos por normas de ordem pública a todos aqueles que figuram como fornecedores na relação contratual.

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 e impõe deveres aos fornecedores que devem ser cumpridos sob pena de incidirem em ilicitude civil. Vejamos:

“Art. 1º. O presente Código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas disposições Transitórias.”

Os deveres anexos dos fornecedores determinam que eles devem pautar a sua conduta para 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, o proprietário do estabelecimento comercial detém o monopólio da informação, pois é ele que orquestra sua atividade comercial e avalia os seus riscos, assim, tem ele noção dos riscos quando oferta seus produtos e serviços e ficará sempre numa situação privilegiada em relação ao consumidor. É justamente por conhecer seu produto ou serviço é que tem ele o dever de informar ao consumidor.

O dever de informar do fornecedor tem subsunção ao artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor. *in verbis*:

“Art. 31. A oferta e apresentação de produtos e 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 a saúde e segurança dos consumidores.”(grifo nosso)

Pelo princípio da vinculação da oferta, o Fornecedor fica vinculado à oferta feita ao consumidor em toda a sua extensão, especificamente ao preço. Nada mais justo, pois sua atitude foi refletida, ponderada e avaliada antes de ser ofertada.

Neste sentido é o artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor. *In verbis*:

“Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação, com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.”

A conduta do réu narrada na causa remota e comprovada com a documentação acostada à inicial, demonstra que eles não estão cumprindo o seu dever de informar o consumidor de forma precisa, clara, correta e ostensiva, conforme o comando do artigo 31, **pois não fixam o valor dos produtos nas gôndolas e etiquetas dos preços nos produtos.**

Dessa forma, a conduta do requerido é uma **prática abusiva** e vedada pelo Código de Defesa do Consumidor, pois lesa princípios norteadores do Estatuto Consumerista, coloca o consumidor em desvantagem e gera enriquecimento ilícito pelo réu. Neste sentido é o artigo 39, *caput*, e inciso V:

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



V – exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;”

O negócio jurídico realizado pelo Fornecedor (supermercado) e Consumidor é um contrato de compra e venda concretizado pela tradição e formalizado pelo cupom fiscal, suas cláusulas contratuais estariam implícitas na relação, mesmo não estando escritas. Assim, seriam nulas de pleno direito, conforme inteligência do artigo 51, incisos IV, XV, § 1º. *In verbis*:

“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;

.....

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

I – ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;(grifo nosso)

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.”

Inquestionavelmente, a conduta perpetrada pelo réu tem subsunção aos artigos supra citados e configuram uma prática abusiva a qual deve ser coibida pelo Poder Judiciário, impedindo o enriquecimento ilícito dos fornecedores e exigindo a adequação da sua conduta aos deveres impostos pelo Ordenamento Jurídico Consumerista.

Com a edição da Lei nº 10.962/04, precisamente em seu artigo 2º, inciso II, passaram a ser admitidas as seguintes formas de afixação de preços em vendas a varejo: a) impressão na embalagem do produto; b) código referencial ou c) código de barras.

Neste sentido, constata-se que não é mais obrigatória a etiquetagem individual de cada bem, porém nos casos em que o código referencial e/ou o código de barras são utilizados é imprescindível que haja exposição clara e legível, próxima aos respectivos itens, da importância à vista da mercadoria e demais esclarecimentos (art. 2º, parágrafo único, da legislação mencionada anteriormente).

O artigo 6º , §2º e §3º, do Decreto 5.903/2006 assim regulamenta:

“Art.6º - Os preços de bens e serviços para o consumidor nos estabelecimentos comerciais de que trata o inciso II do art. 2º da Lei nº 10.962, de 2004, admitem as seguintes modalidades de afixação: (...)

§2º A utilização da modalidade de afixação de código referencial deverá atender às seguintes exigências:

I - a relação dos códigos e seus respectivos preços devem estar visualmente unidos e próximos dos produtos a que se referem, e imediatamente perceptível ao consumidor, sem a necessidade de qualquer esforço ou deslocamento de sua parte; e
II - o código referencial deve estar fisicamente ligado ao produto, em contraste de cores e em tamanho suficientes que permitam a pronta identificação pelo consumidor.

§3º Na modalidade de afixação de código de barras, deverão ser observados os seguintes requisitos:

I - as informações relativas ao preço à vista, características e código do produto deverão estar a ele visualmente unidas, garantindo a pronta identificação pelo consumidor;

II - a informação sobre as características do item deve compreender o nome, quantidade e demais elementos que o particularizem; e

III - as informações deverão ser disponibilizadas em etiquetas com caracteres ostensivos e em cores de destaque em relação ao fundo. (...).”

Neste sentido, o Tribunal de Justiça de Minas Gerais assim decidiu:

AÇÃO CIVIL PÚBLICA - CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - SUPERMERCADOS - PREÇO DO PRODUTO - LEI 10.962/2004 - CÓDIGO DE BARRAS - PREÇO NAS GÔNDOLAS - SUFICIÊNCIA. Nos termos da Lei 10.962/2004, o direito de informação ao consumidor de mercearias e supermercados é plenamente atendido mediante a existência de código de barras nos produtos, desde que possibilitada a consulta em equipamentos de leitura óptica, e colocação dos preços nas gôndolas.(TJMG – 2.0000.00.443357-6/000(1). JULGADO EM 27/10/2005. RELATOR DES. GUILHERME LUCIANO BAETA NUNES).

Outro ponto importante que merece ser esclarecido diz respeito ao fornecedor que opta por fazer uso do código de barras, ele passa a ter o dever de disponibilizar croqui (esboço, aviso) da área de vendas, mostrando a localização precisa dos leitores óticos, os quais devem estar posicionados a 15 metros dos artigos expostos nas gôndolas. A não observância destes requisitos afrontam o artigo 7º,§1º e 2º, do Decreto 5.903/2006.

“Art. 7o Na hipótese de utilização do código de barras para apreçamento, os fornecedores deverão disponibilizar, na área de vendas, para consulta de preços pelo consumidor, equipamentos de leitura ótica em perfeito estado de funcionamento.

§ 1o Os leitores óticos deverão ser indicados por cartazes suspensos que informem a sua localização.

§ 2o Os leitores óticos deverão ser dispostos na área de vendas, observada a distância máxima de quinze metros entre qualquer produto e a leitora ótica mais próxima.”

Outro grande problema enfrentado pelos frequentadores do estabelecimento requerido é a variação de preços entre a gôndola e o caixa ou o sistema de consulta, diferença dificilmente percebida pelos clientes, por serem estes distraídos ou muito crédulos, o que não impede a lisura e transparência por parte do estabelecimento comercial, o qual auferir ganhos consideráveis com o prejuízo causado àqueles que são os destinatários finais das suas mercadorias.

2.2 – DOS PREÇOS QUE NA BARRA DE LEITURA SÃO MENORES DO QUE OS FIXADOS NA ETIQUETA E NA GÔNDOLA



A fornecedora poderia vir a alegar na sua defesa que é impossível informar precisamente o consumidor sobre o preço, pois são inúmeros os produtos e, ademais, sofre a fornecedora prejuízo, pois alguns produtos têm o preço na barra de leitura menor do que o contido na gôndola ou na etiqueta de preço fixada no produto.

Tal argumento seria um absurdo e ofensivo ao bom senso de um homem médio. Quando o consumidor vai comprar mantimentos, ele vai ao supermercado, se quisesse testar sua sorte iria à casa lotérica. Se o consumidor adquire produtos em que o preço da barra de leitura foi menor do que o fixado na etiqueta na gôndola não foi sorte do consumidor e sim incompetência do fornecedor em organizar a sua atividade comercial. A relação jurídica de compra e venda regida pelo Código de Defesa do Consumidor tem natureza paritária onde o preço é certo e determinado e não aleatório.

Caso ocorra que o requerido não consiga organizar sua atividade comercial e acabe vendendo alguns produtos por preço menor do que o contido na etiqueta e na gôndola, concluímos que esta ação civil pública tem dupla finalidade, quais sejam, a proteção do consumidor e a proteção do requerido, pois com a imposição de multa por unidade de produtos sem informação correta ou com diferenças de preço para menor, o réu ficaria incentivado a organizar sua atividade comercial e, conseqüentemente, não sofreria prejuízo. Esta ação civil pública promoveria por vias oblíquas a harmonização dos interesses dos fornecedores e consumidores prescrito no artigo 4º, inciso III do Código de Defesa do Consumidor.

2.3 – DO VICIO DE QUALIDADE POR FALHA NA INFORMAÇÃO E A RESPONSABILIDADE OBJETIVA DOS RÉU

A concepção tradicional do contrato que atendeu as necessidades sócio-econômicas do século passado à época do liberalismo econômico, acreditava que a autonomia e a liberdade contratual era plena, pois os contraentes poderiam firmar a avença e o pactuado era lei entre as partes. Porém esta concepção desconsiderava a vulnerabilidade econômica e social dos contraentes e por tal razão não atende as necessidades do homem deste século. A nova concepção de contrato limita a autonomia da vontade e impõe deveres aos contratantes mais fortes que oferta produtos a um número indeterminado de pessoas.

Os contratos de massa impõe aos fornecedores o dever de agir com lealdade com seus consumidores, inspirando confiança a eles. O princípio da confiança é um dos vetores de interpretação da nova concepção



de contrato, pois o consumidor é a parte vulnerável desta relação jurídica e acredita que o fornecedor passará as informações sobre o produto de forma clara e precisa, até porque, é um direito do consumidor, conforme inteligência do artigo 6º, inciso III do Código de Defesa do Consumidor. *In verbis*:

“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 e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;”

In casu, os consumidores têm o direito de serem informados sobre o preço do produto de forma precisa, clara e ostensiva, conforme o artigo 6º inciso III, da Lei 8.078/90 e, por outro lado, o réu tem o dever de informar o preço, conforme inteligência do artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor. Se ocorre infração ao direito dos consumidores de serem informados e, conseqüentemente, lesão ao princípio da confiança, da transparência, da lealdade e da boa-fé objetiva, princípios estes norteadores na nova concepção de contratos (contratos regidos pelo Código de Defesa do Consumidor) acarreta o **vício de qualidade por falha na informação** a qual deverá ser coibida. Neste sentido, é o artigo 18 da Lei 8.078/90:

“Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.”

O vício de qualidade por falha na informação do preço é uma prática abusiva e deve ser coibida.

3 – DO DANO MORAL COLETIVO (DIFUSO):



O Código de Defesa do Consumidor contempla a indenização do dano moral, no art. 6º, incisos VI e VII, ao estabelecer que são direitos básicos do consumidor, dentre outros, a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais, morais, individuais, coletivos e difusos; e o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica dos interessados.

Por seu turno, o Ministério Público tem a função, dentre outras elencadas no art. 129, III, da CF/88, de promover o inquérito civil e a ação civil pública, para proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos.

Como instrumento da democracia participativa, a ação civil pública é a via processual adequada para impedir a ocorrência ou reprimir danos aos bens coletivos tutelados, podendo também servir como instrumento de reparação dos ilícitos já consumados (tutela ressarcitória).

A maior parte dos doutrinadores considera que o fundamento primário da reparação está no erro da conduta do agente, no seu procedimento contrário às normas. A ofensa a um bem jurídico também justifica essa responsabilidade, existindo uma relação de causalidade entre a antijuridicidade da ação e o dano causado.

Há dano moral coletivo quando a lesão causada pelo agente alcança interesses extrapatrimoniais ligados à coletividade, tais como o meio ambiente, a qualidade da vida e saúde da coletividade e mesmo, no caso de consumidores.

Segundo Carlos Alberto Bittar Filho o dano extrapatrimonial coletivo “*é a injusta lesão da esfera moral de uma dada comunidade, ou seja, é a violação antijurídica de um determinado círculo de valores coletivos. Quando se fala em dano moral coletivo, está se fazendo menção ao fato de que o patrimônio valorativo de uma certa comunidade (maior ou menor), idealmente considerado, foi agredido de maneira absolutamente injustificável do ponto de vista jurídico; quer isto dizer, em última instância, que se feriu a própria cultura, em seu aspecto imaterial*” (Revista de Direito do Consumidor, v.12, p.55).

Sobre o mesmo tema Xisto Tiago de Medeiros Neto assim expõe:

“[...] A coletividade, portanto, revelando atributos jurídicos, vem a significar a expressão-síntese de uma das maneiras de ser das pessoas

no plano social: a de partícipes de um vasto elenco de interesses comuns dotados de contornos peculiares (transindividuais), que, compartilhados, são-lhes essenciais à vida, integrando, assim, a esfera da dignidade de cada um dos respectivos membros e gozando de plena proteção jurídica. Aliás, a doutrina tem enfatizado que o grupo social (ou seja, uma dada coletividade) ‘nada mais é do que o próprio homem em sua dimensão social’, não se distinguindo a sua natureza (coletiva) da de seus integrantes. É o que se verifica, por exemplo, conforme antes externado (capítulo VII), em relação ao direito à preservação do meio ambiente sadio, à conservação do patrimônio histórico e cultural, à garantia da moralidade pública, ao equilíbrio e equidade nas relações de consumo, à transparência e à honestidade nas manifestações publicitárias, à justiça nas relações de trabalho, à não-discriminação das minorias, ao respeito às diferenças de gênero, raça e religião, à consideração e proteção aos grupos de pessoas portadoras de deficiência, de crianças e adolescentes e de idosos.

Inegavelmente esses interesses, de acordo com a manifestação concreta, reitere-se, inserem-se na órbita dos valores extrapatrimoniais reconhecidos a uma coletividade. E, sendo assim, QUALQUER LESÃO INJUSTA POR ELA SUPOSTADA DEVE ENSEJAR A REAÇÃO DO ORDENAMENTO JURÍDICO, NO DESIDERATO DE REPARAR, DA MELHOR FORMA, O DIREITO VIOLADO (grifos nossos). In Dano Moral Coletivo. São Paulo: LTR, 2004.

Importante frisar que a comprovação da existência de culpa da empresa demandada não se faz necessária, de acordo com o arts. 12 e 14 do CDC, sendo necessária apenas a configuração do dano.

Quanto ao valor a ser arbitrado, a título de danos morais, deve situar-se em patamar que represente inibição à prática de outros atos antijurídicos e imorais por parte da empresa demandada. É imperioso que a justiça dê ao infrator resposta eficaz ao ilícito praticado, sob pena de se cancelar e se estimular o comportamento infringente.

Ainda sobre o assunto em questão, vale trazer à baila – mais uma vez – os apontamentos de Carlos Alberto Bittar Filho:

“Com efeito, a reparação de danos morais exerce função diversa daquela dos danos materiais. Enquanto estes se voltam para recomposição do patrimônio ofendido, através da aplicação da fórmula danos emergentes e lucros cessantes, aqueles procuram oferecer compensação ao lesado, para atenuação do sofrimento havido. De outra parte, quanto ao lesante,

objetiva a reparação impingir-lhe sanção, a fim de que não volte a praticar atos lesivos à personalidade de outrem. É que interessa ao direito e à sociedade que o relacionamento entre os entes que contracenam no orbe jurídico se mantenha dentro dos padrões normais de equilíbrio e respeito mútuo. Assim, em hipóteses de lesionamento, cabe ao agente suportar as consequências de sua atuação, desestimulando-se, com a atribuição de pesadas indenizações, atos ilícitos tendentes a afetar os referidos aspectos da personalidade humana. [...] Essa diretriz vem, de há muito tempo, sendo adotada na jurisprudência norte americana, em que cifras vultosas têm sido impostas aos infratores, como indutoras de comportamentos adequados, sob os prismas moral e jurídico, nas interações sociais e jurídicas. [...] Nesse sentido é que a tendência manifestada, a propósito pela jurisprudência pátria, fixação de valor de desestímulo como fator de inibição a novas práticas lesivas. Trata-se, portanto, de valor que, sentido no patrimônio do lesante, o possa conscientizar-se de que não deve persistir na conduta reprimida, ou então, deve afastar-se da vereda indevida por ele assumida, a outra parte, deixa-se para a coletividade, exemplo expressivo da reação que a ordem jurídica reserva para infratores nesse campo, e em elemento que, em nosso tempo, se tem mostrado muito sensível para as pessoas, ou seja, o respectivo acervo patrimonial”.

Como bem expõe o Desembargador Waldir Leôncio Júnior, ao proferir seu voto no Processo de nº. 2004.01.1.107327-8 (TJDFT), *“estabelecida a obrigação de reparar o dano, o que se busca é estabelecer um quantum que atenda ao caráter compensatório, pedagógico e punitivo da condenação, sem gerar enriquecimento indevido do lesado, nem se constitua incentivo à prática perpetrada pelo ofensor (...)”.*

Portanto, as condutas da referida empresa em relação aos seus consumidores caracterizam também dano moral coletivo, uma vez que prejudicam o equilíbrio e a equidade referidas anteriormente, expondo todos às práticas ilegais, auferindo lucros ilegítimos mediante informações falsas e/ou enganosas.

Quando o consumidor vai ao supermercado confia que a informação sobre o preço do produto será facilmente identificado e que o

preço da etiqueta, da gôndola e da barra de leitura são idênticos. Assim, o princípio da confiança e o da boa-fé objetiva é um valor cultural espreado na sociedade, é um valor coletivo.

A moral coletiva é um valor cultural que orienta o comportamento dos homens e lhes dá a paz de espírito, a tranquilidade para confiar que o outro não lhe prejudicará. A moral coletiva é um valor metaindividual. Quando é lesada a moral coletiva é causado um pânico na sociedade que coloca em alvoroço a todos.

A garantia de proteção do consumidor ocorre pelo acesso à Justiça individualmente pelos consumidores e coletivamente através de ação civil pública por seus legitimados, pois o princípio de acesso à 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 forem condenadas as fornecedoras em dano moral coletivo.

A defesa do consumidor que é lesado em quantias pequenas somente é coibida com a condenação da fornecedora em dano moral coletivo. Neste sentido, a Constituição Federal de 1988, no seu artigo 5º, inciso X, reza que o consumidor deve ser indenizado pelo dano moral sofrido, pois a imposição do respeito a moral é uma das garantias do respeito à dignidade humana (CF: art. 1º, inciso III). Consoante à Constituição Federal, caminha o Código de Defesa do Consumidor no seu artigo 6º, inciso VI, *in verbis*:

**“Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:
VI – a efetiva reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.” (grifo nosso)**

No mesmo sentido a Lei 7.347/85 no seu artigo 1º versa a ideia que a proteção do consumidor ocorre no âmbito patrimonial e moral.

O princípio da coibição do abuso deve ser eficientemente aplicado para fazer cessar as práticas abusivas do réu, pois a condenação em dano moral coletivo (difuso) é a melhor atitude para cessar a prática abusiva, impedindo, outrossim, o ingresso de inúmeras indenizações com o abarrotamento do Poder Judiciário com indenizações.

3.1 - DO QUANTUM DA CONDENAÇÃO EM DANO MORAL COLETIVO

O princípio da razoabilidade e da proporcionalidade são vetores para a fixação do *quantum* deve ser condenado o réu em dano moral coletivo.

O valor a ser arbitrado deve ser necessário e suficiente para coibir o abuso e incentivar o réu a cumprir os seus deveres anexos, quais sejam dever de lealdade, de informação, de boa-fé objetiva, de confiança e respeito com os seus consumidores e acabar com esta prática abusiva que tirando um pouquinho de cada consumidor ganha-se muito e não pode ser tão excessiva a ponto de levar o réu à falência, porém, deve levar em conta os lucros obtidos pelo réu durante anos de lesão ao consumidor, a qual se locupletou ilicitamente.

Considerando que muitos consumidores ingressam diariamente no estabelecimento requerido e sentem dificuldades de encontrar o preço real do produto, ou encontram os preços nas gôndolas, todavia, são cobrados no caixa preços diferentes do que aqueles apresentados nas prateleiras e que tais ocorrências causam desconforto, além do tempo gasto e outros dissabores sofridos pelos consumidores, esta signatária entende ser o valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), a título de danos morais coletivos, suficientes para coibir a prática abusiva descrita na presente exordial.

Tal valor, no que pese ser uma quantia inferior à estimativa dos ganhos pelo réu, pensamos ser um valor justo para incentivar o réu a cumprir os seus deveres para com os consumidores, enquanto fornecedor.

4 - DA INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA

O Código de Defesa do Consumidor, art. 6º, inc. VIII, prevê para qualquer ação fundada nas relações de consumo, bastando para tanto que haja hipossuficiência do consumidor ou seja verossímil a alegação do dano.

**“Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:
(...);
VIII – a facilitação da defesa de seus direitos,
inclusive
com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no
processo civil, quando, a critério do juiz, for
verossímil a alegação ou quando for ele
hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de
experiência;
(...)” (grifo nosso).**

Trata-se de aplicação do princípio constitucional da isonomia (tratar desigualmente os desiguais), pois o consumidor, como parte reconhecidamente mais fraca e vulnerável na relação de consumo, tem de ser tratado de forma diferente, a fim de que seja alcançada a igualdade real entre os partícipes da relação de consumo.

Neste sentido é a doutrina do Professor Nelson Nery Jr. in Código de Processo Civil Comentado, 4ª ed, Saraiva, 1999, p. 1806, *verbis*:

“A inversão pode ocorrer em duas situações distintas: a) quando o consumidor for hipossuficiente; b) quando for verossímil sua alegação. As hipóteses são alternativas, como claramente indica a conjunção ou expressa na norma ora comentada. A hipossuficiência respeita tanto à dificuldade econômica quanto à técnica do consumidor em poder desincumbir-se do ônus de provar os fatos constitutivos de seu direito”.

Na relação contratual entre o réu e seus consumidores (determinados e indeterminados), estes se encontram em estado de hipossuficiência jurídica e fática, visto que estão em situação de extrema desvantagem.

Sobre o momento da inversão do ônus da prova é por oportuno colacionar a doutrina do Professor Nelson Nery Jr.:

“O juiz, ao receber os autos para proferir sentença, verificando que seria o caso de inverter o ônus da prova em favor do consumidor, não poderá baixar os autos em diligência e determinar que o fornecedor faça a prova, pois o momento processual para a produção desta prova já terá sido ultrapassado. Caberá ao fornecedor agir, durante a fase instrutória, no sentido de procurar

demonstrar a inexistência de alegado direito do consumidor, bem como a existência de circunstâncias extintivas, impeditivas ou modificativas do direito do consumidor, caso pretenda vencer a demanda.

Nada impede que o juiz, na oportunidade de preparação para a fase instrutória (saneamento do processo), verificando a possibilidade de inversão do ônus da prova em favor do consumidor, alvitre a possibilidade de assim agir, de sorte a alertar o fornecedor de que deve desincumbir-se do referido ônus, sob pena de ficar em situação de desvantagem processual quando do julgamento da causa”.

Posto isto, o Ministério Público requer a inversão do ônus da prova, cabendo ao réu desconstituir as alegações fáticas e jurídicas consignadas nesta inicial.

5 - DO PEDIDO DE LIMINAR EM RAZÃO DA PRESENÇA DO FUMUS BONI IURIS E DO PERICULUM IN MORA

O pedido de liminar é deferido pelo Poder Judiciário quando presentes os requisitos da fumaça do bom direito (*fumus boni iuris*) e do perigo da demora (*periculum in mora*). e encontra amparo legal no artigo 12 da lei 7.347/85 e no artigo 84 § 3º do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), *in verbis*:

“Art. 12. Poderá o juiz conceder mandado liminar, com ou sem justificação prévia em decisão sujeita a agravo.”

“Art. 84 Na ação que tenha por objeto o cumprimento de obrigação de fazer ou não fazer, o juiz concederá a tutela específica da obrigação ou determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento.

(...)

§ 3º. Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao juiz conceder a tutela liminarmente ou após justificação prévia, citado o réu.

Segundo o narrado na causa de pedir remota da inicial e provado com a documentação acostada, o réu vem reiteradamente mantendo práticas abusivas, desconsiderando a lesividade para o consumidor.

O *fumus boni iuris* está presente, pois a conduta do réu é lesiva aos princípios da transparência, da lealdade, da confiança, da boa-fé objetiva e da informação que são princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor e lesivas as normas jurídicas prescritas nos artigos 4º, 6º, inciso III, 30, 31, 39, inciso V e 51, inciso IV, XV, §1º e inciso I, II e III todos do Código de Defesa do Consumidor. O consumidor tem o direito inafastável de ser informado corretamente e precisamente sobre o produto, especificamente, seu preço.

O *periculum in mora* está presente, pois a conduta do réu é uma prática abusiva perpetrada ao longo do tempo como prova os documentos acostados aos autos e até os dias de hoje não foi tomada nenhuma providência por parte do réu.

Os requisitos do *fumus boni iuris* e do *periculum in mora* estão presentes e justificam a concessão da liminar por parte do Poder Judiciário para coibir esta prática abusiva perpetradas pelo réu.

5.1 – DA MULTA NO CASO DE DESCUMPRIMENTO DA LIMINAR

Para que as decisões judiciais (liminares ou de mérito) sejam cumpridas, notadamente, tratando-se de obrigação de fazer e não fazer, faz-se necessária a aplicação de multa liminar ou uma astreinte. Trata-se de uma coação de caráter econômico, com objetivo de dissuadir o devedor inadimplente a fim de que este cumpra a obrigação. A imposição de obrigação de fazer (ou não fazer) só tem efetividade prática com a imposição de multa diária.

O fundamento legal da imposição pecuniária encontra-se no artigo 84, parágrafo 4º do CDC, *verbis*:

“Art. 84 Na ação que tenha por objeto o cumprimento de obrigação de fazer ou não fazer, o juiz concederá a tutela específica da obrigação ou determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento. (...)

§ 3º. Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao juiz conceder a tutela

liminarmente ou após justificção prévia, citado o réu.

§ 4º. O juiz poderá, na hipótese do § 3º ou na sentença, impor multa diária ao réu, independente de pedido do autor, se for suficiente ou compatível com a obrigação, fixando prazo razoável para o cumprimento do preceito.”

Assim, para que o Estado-Juiz não fique desmoralizado em razão de eventual não cumprimento da liminar, faz-se necessária a fixação de multa pecuniária para o efetivo cumprimento das decisões judiciais e realizando o poder-dever do Estado no exercício preponderante da jurisdição.

6 - DO PEDIDO:

6.1 – DOS PEDIDOS EM SEDE DE LIMINAR

Ante o exposto, o Ministério Público requer em sede de liminar:

6.1.1 – que na defesa dos direitos e interesses difusos, seja concedida liminar e impelido o réu às **obrigação de fazer** abaixo elencadas, sob pena de multa de R\$1.000,00 (mil reais) por unidade de produto exposto na prateleira a ser revertida para atendimento de projetos municipais ligados à assistência social e cidadania:

- **Disponibilizar ao consumidor cartazes identificando os equipamentos de leitura ótica para a consulta de preços na área de vendas, eis que o estabelecimento utiliza a precificação pelo código de barras;**
- **Disponibilizar o croqui da área de vendas, com a identificação clara e precisa da localização dos leitores óticos;**
- **Ofertar ao público consumidor somente produtos com as informações de seus respectivos preços;**

6.1.2 – que na defesa dos direitos e interesses difusos, seja concedida liminar e impelido o réu às **obrigações de não fazer** abaixo descritas, sob pena de multa de R\$1.000,00 (mil reais) por unidade de produto exposto na prateleira, a ser revertida para atendimento de projetos municipais ligados à assistência social e cidadania:

- Não ofertar ao público consumidor produtos com a embalagem alterada e produtos avariados.

6.2 – DOS PEDIDOS EM SEDE DE MÉRITO

Ante o exposto, o Ministério Público requer em sede de mérito:

6.2.1 - O recebimento da presente petição;

6.2.2 - A isenção de custas e emolumentos e outros encargos, nos termos do artigo 87 do Código de Defesa do consumidor e artigo 18 da Lei de ação civil pública;

6.2.3 - A citação do réu a **Havan Lojas de Departamento LTDA**, na pessoa de seu representante legal;

6.2.4 - A confirmação dos pedidos feitos em sede de antecipação de tutela constantes do item **6.1**;

6.2.5 - **Na defesa dos direitos e interesses difusos**, seja condenado o réu a pagar indenização por dano moral coletivo pela prática abusiva no valor de **R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)** a ser revertida para atendimento de projetos municipais ligados à assistência social e cidadania;

6.2.6 - A inversão do ônus da prova a favor do consumidor nos termos do artigo 6º, inciso VIII do Código de Defesa do Consumidor;

6.2.7 - Protesta por provar o alegado por todos os meios de prova admitidos em direito, especialmente, depoimento pessoal do dirigente da empresa requerida, oitiva de testemunhas, juntada de documentos, perícias, sem prejuízo dos meios que eventualmente se fizer necessário à completa elucidação dos fatos articulados nessa petição;

Dá-se a causa, para todos os fins, o valor de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

Rondonópolis, 30 de julho de 2020.

JOANA MARIA BORTONI NINIS
Promotora de Justiça

