



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

**EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) DOUTOR(A) JUIZ(A) DE DIREITO DA VARA
CÍVEL DA COMARCA DE MANAUS – AMAZONAS.**

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO AMAZONAS**, por seu Promotor de Justiça de Defesa do Consumidor de Manaus que esta subscreve, fundado no art. 5º, inciso XXXII; no art. 127, inciso I; no art. 129, inciso III, todos da Constituição da República de 1988, e nos artigos 6º e 82, inciso I, da Lei nº 8.078/90, vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência, ajuizar **AÇÃO CIVIL PÚBLICA** a ser processada conforme as regras do processo civil coletivo brasileiro, sistematizado por força do art. 21 da Lei da Ação Civil Pública e do art. 117 do Código de Defesa do Consumidor, aplicando o Código de Processo Civil naquilo que não contraria as regras desse microsistema processual coletivo, em face da empresa **T.G.I. Comércio, Representações, Diversões Ltda. (M1 EVENTOS)**, CNPJ nº 05.492.841/0001-87, cujo representante legal é o Sr. Marcelo Alex Hossaine Nunes, e sede situada nesta cidade, na Rua Rio Pauini, nº 01 – Vieiralves, Bairro Nossa Senhora das Graças e Av. Via Láctea, 10 – Jardim Espanha I, Bairro Adrianópolis, pelos motivos de fato e fundamentos de direito a seguir expostos.

1. DOS INTERESSES A SEREM DEFENDIDOS



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

Por meio desta demanda pretende-se defender os interesses dos consumidores que adquiriram ingressos para o evento “Manaus Summer Fest 2011”, que ocorreu nos dias 04 a 06 de novembro de 2011, interesses que são qualificados por serem individuais homogêneos, porquanto se almeja ver ressarcidos os danos materiais ocasionados pela venda casada de ingressos para o referido evento, sendo que ainda se busca a reparação dos danos morais coletivos decorrentes do evento danoso em comento, defendendo-se os direitos coletivos dos consumidores que compraram ingressos para o show.

2. DA LEGITIMIDADE ATIVA DO MINISTÉRIO PÚBLICO

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, no artigo 129, atribuiu ao Ministério Público a função de promover ação civil pública para a proteção de direitos difusos e coletivos, zelando pelo efetivo respeito dos Poderes Públicos e dos serviços de relevância pública aos direitos constitucionais:

Art. 129. São funções institucionais do Ministério Público:

[...]

II - zelar pelo efetivo respeito dos Poderes Públicos e dos serviços de relevância pública aos direitos assegurados nesta Constituição, promovendo as medidas necessárias a sua garantia;

III - promover o inquérito civil e a ação civil pública, para a proteção do patrimônio público e



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

social, do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos;

A Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, que disciplina a ação civil pública, confere legitimidade ao Parquet para propositura de ação em defesa dos direitos dos consumidores:

Art. 1º Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

[...]

II - ao consumidor;

[...]

Art. 4º Poderá ser ajuizada ação cautelar para os fins desta Lei, objetivando, inclusive, evitar o dano ao meio ambiente, ao consumidor, à ordem urbanística ou aos bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico.

Art. 5º Têm legitimidade para propor a ação principal e a ação cautelar: (Redação dada pela Lei nº 11.448, de 2007).



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

I - o Ministério Público; (Redação dada pela Lei nº 11.448, de 2007).

(...)

Ademais, a Lei nº 8.625, de 12 de fevereiro de 1993, legitima os Ministérios Públicos dos Estados para a atuação no presente feito. É isso o que se deduz do artigo 25, inciso IV, alíneas a e b, bem como dispõe a respeito o artigo 26, inciso I, alíneas a, b e c, da referida Lei Orgânica Nacional:

Art. 25. Além das funções previstas nas Constituições Federal e Estadual, na Lei Orgânica e em outras leis, incumbe, ainda, ao Ministério Público:

I – (...)

II – (...)

III – (...)

IV – promover, privativamente, 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



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

outros interesses difusos, coletivos e individuais indisponíveis e homogêneos;

Art. 26. No exercício de suas funções, o Ministério Público poderá:

I – instaurar inquéritos civis e outras medidas e procedimentos administrativos pertinentes e, para instruí-los:

a) expedir notificações para colher depoimento ou esclarecimentos e, em caso de não-comparecimento injustificado, requisitar condução coercitiva, inclusive pela Polícia Civil ou Militar, ressalvadas as prerrogativas previstas em lei;

b) requisitar informações, exames periciais e documentos de autoridades federais, estaduais e municipais, bem como dos órgãos e entidades da administração direta, indireta ou fundacional, de qualquer dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

c) promover inspeções e diligências investigatórias junto às autoridades, órgãos e entidades a que se refere a alínea anterior;”.



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

Por fim, deve-se fazer menção ao Código de Defesa e Proteção do Consumidor que, no mesmo sentido das normas anteriores, defere ao Ministério Público a atribuição para propor ação civil pública em defesa do interesse dos consumidores:

“Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I - o Ministério Público;

(...)

Nessa esteira, a lesão experimentada pelos consumidores que participaram do evento “Manaus Summer Fest 2011” legitima o Ministério Público do Estado do AMAZONAS a propor esta ação civil pública, com arrimo no art. 5º da Lei de Ação Civil Pública, que diz:

Art. 5º Têm legitimidade para propor a ação principal e a ação cautelar: (Redação dada pela Lei nº 11.448, de 2007).

I - o Ministério Público; (Redação dada pela Lei nº 11.448, de 2007).

(...)



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

§ 1º O Ministério Público, se não intervier no processo como parte, atuará obrigatoriamente como fiscal da lei.

(...)

§ 5º Admitir-se-á o litisconsórcio facultativo entre os Ministérios Públicos da União, do Distrito Federal e dos Estados na defesa dos interesses e direitos de que cuida esta lei.

3. DA COMPETÊNCIA DA JUSTIÇA ESTADUAL

A Justiça Estadual deve processar e julgar a presente demanda coletiva, porquanto não subsiste interesse da União, sendo que a Requerida é pessoa jurídica de direito privado.

O núcleo desta ação coletiva é a relação de consumo existente entre a coletividade dos consumidores que adquiriram os ingressos e a empresa T.G.I. Comércio, Representações, Diversões Ltda (M1 EVENTOS), ora Requerida.

4. DOS FATOS

O Ministério Público do Estado do Amazonas, através da Distribuição nº. 232.2011.CAOPDC.528658.2011.39362, foi informado de que a empresa M1 Eventos estaria realizando a prática de venda casada de ingressos para um show que promoveu na cidade de Manaus nos dias 04 a 06 de novembro de 2011.

Na denúncia, o reclamante alegou que na compra de R\$ 300,00 (trezentos reais) em produtos em qualquer uma das lojas do Amazonas Shopping, o cliente automaticamente ganharia um ingresso para uma das noites do evento, sendo,



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

todavia, que esta era, inicialmente, a única forma de adquirir os ingressos para o show, fato este confirmado através do acesso à página do próprio site da “M1 Eventos”, a qual possuía os seguintes dizeres: “Ingressos somente através da promoção do Amazonas Shopping” (página anexa).

Tão logo foi recebida a distribuição n.º 232.2011.CAOPDC.528658.2011.39362, a qual serve de lastro para a propositura da presente ação, este Órgão Ministerial resolveu por bem comunicar o PROCON/AM, para que fosse realizada diligência no sentido de constatar as irregularidades na comercialização dos ingressos.

Da referida fiscalização, sobreveio o Auto de Infração no. 927/2011, em que se impôs a multa de R\$ 54.000,00 (cinquenta e quatro mil reais) em face da empresa Requerida, em virtude da constatação in loco, pelos fiscais, da prática de venda casada consistente no oferecimento de um pacote único para os dois dias do evento, referente à compra dos ingressos VIP e PISTA, subtraindo do consumidor a opção de escolha pela compra de somente um dia específico do show.

Nos termos da notícia jornalística anexa aos autos, descobriu-se que a Requerida “M1 Eventos” iniciou, a partir do dia 22/09, a promoção “Compre e Ganhe”, em parceria com o Amazonas Shopping, com divulgação inicial realizada através de cartazes e *outdoors* espalhados pela cidade, além de ampla publicidade realizada pela mídia eletrônica.

A Referida promoção, nos termos de seu Regulamento (anexo), teria início no dia 22/09 e terminaria no dia 20/10, podendo terminar antes se o estoque de 13.000 (treze mil) “convites” de pista se esgotasse antes do prazo previsto.



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

Já no dia 08 de outubro de 2011, a promoção “Compre e Ganhe” foi encerrada, tendo em vista que o objetivo da Requerida foi alcançado, havendo a distribuição, no total, de 13 mil ingressos, conforme notícia veiculada no site do Jornal A Crítica, verbis:

*“ENCERRADA A PROMOÇÃO QUE
DISTRIBUIU INGRESSOS EM MANAUS*

Com um total de 13 mil ingressos distribuídos para o Summer Fest, a promoção ‘compre e ganhe’ em comemoração aos 20 anos do Amazonas Shopping encerrou em grande estilo.

Com uma média de aproximadamente 800 ingressos distribuídos até meados da semana que passou, na sexta e sábado (7 e 8), esse volume subiu para mais de mil o que fez com que os estoques se esgotassem já no final da tarde de sábado [08 de outubro]. (...)

Iniciada no dia 22 de setembro, a promoção era para quem fazia compras acima de R\$ 300 e era válida enquanto durassem os estoques. Cada cliente podia resgatar até dois ingressos por CPF e escolher o dia para participar dos shows.” (matéria do jornal anexa)

Nos termos do cronograma inicialmente divulgado pelo próprio site da empresa Requerida (página anexa), os ingressos para a Área VIP, destinados aos dois dias do evento, começariam a ser vendidos a partir do dia 10 de outubro, e os outros,



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

referentes aos ingressos do tipo “Pista”, seriam oferecidos ao público somente a partir do dia 20 de outubro, com a possibilidade de serem oferecidos antes, caso todos os ingressos da promoção “Compre e Ganhe” fossem distribuídos antecipadamente.

Ocorre que, não obstante as datas divulgadas pela empresa Requerida, em virtude do término antecipado da promoção “Compre e Ganhe”, os ingressos para a “Área VIP” e do tipo “PISTA” começaram a ser imediatamente disponibilizados pela empresa “M1 Eventos”.

Muito embora houvesse a divulgação da venda de ingressos desvinculados da promoção “Compre e Ganhe”, tem-se que, no dia 20 de outubro de 2011, a Empresa Requerida sofreu fiscalização do PROCON/AM, sendo autuada em R\$ 54.000,00 (cinquenta e quatro mil reais), por vender ingressos através de venda casada, sem dar a opção de escolha ao consumidor de ir somente para um dia do evento.

Todavia, somente a partir do dia 01 de novembro de 2011, 13 (treze) dias depois de ter sido autuada pelo PROCON/AM, e a 3 (três) dias do início da primeira apresentação do evento, após diversas reclamações e até mesmo de uma autuação do PROCON/AM, a Empresa “M1 Eventos” resolveu disponibilizar a venda dos ingressos do tipo “PISTA” e “VIP” sem venda casada, ou seja, permitindo que consumidor optasse pela compra de qualquer um dos dias do show.

A contenda em epígrafe, ocasionou prejuízos aos consumidores, que foram induzidos a adquirir os ingressos através de um único modo, qual seja, por meio da compra do valor mínimo de R\$ 300,00 (trezentos reais) no Amazonas Shopping, sendo que os ingressos que facultavam ao consumidor o direito de escolher qual dia do show assistir, foram vendidos somente a alguns dias antes do início do evento. Ocorre que, certamente, milhares de consumidores já haviam sido induzidos ao erro, uma vez que



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

efetuaram a compra antecipada por meio da “promoção” veiculada inicialmente pela requerida, e, por esse motivo, possuem direito ao ressarcimento.

Sob outra ótica, a prática de induzir os consumidores que tentaram adquirir os ingressos para o evento promovido pela Requerida, a efetuar antes uma compra, de valor mínimo de R\$ 300,00 em um determinado shopping de Manaus, gerou constrangimento moral decorrente do evento danoso em comento.

A propositura desta ação, portanto, tem por vista a proteção do direito dos consumidores que participaram do evento oferecido pela Requerida, que de forma abusiva, vinculou a venda de seus ingressos a uma suposta “promoção”, e, por outro lado, a proteção dos direitos daqueles que ficaram sem a opção de escolher o dia do show para o qual desejassem ir, em virtude da prática abusiva efetuada pela Requerida.

5. DO DIREITO:

5.1. DA IMPOSSIBILIDADE DE SE LIMITAR O DIREITO DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR ATRAVÉS DE UMA SUPOSTA “PROMOÇÃO”. INDUÇÃO DO CONSUMIDOR AO ERRO, LEVANDO-O A ACREDITAR QUE ESTE ERA O ÚNICO MODO DE ADQUIRIR OS INGRESSOS. PUBLICIDADE ENGANOSA POR OMISSÃO.

Discute-se, fundamentalmente, nesta demanda, a existência de venda casada efetuada pela Requerida, a conseqüente limitação do direito de liberdade de



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

escolha do consumidor, e a utilização de propaganda enganosa por omissão de dados essenciais, práticas estas proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor.

Precipuamente, é relevante a feitura de uma análise do que venha ser a liberdade, uma vez que tal direito integra o rol dos direitos fundamentais. Em um estudo preliminar, José Afonso da Silva expõe as modalidades de liberdade interna e externa, conceituando a primeira como sendo a possibilidade de escolha “entre alternativas contrárias, se se tiver conhecimento objetivo e correto de ambas”¹.

No direito do consumidor, como já tratado anteriormente, a liberdade de escolha pode ser entendida como uma consequência da liberdade de contratar, ou seja, do princípio da autonomia privada, da livre iniciativa. Assim, nos termos do que preleciona Tiago Goulart Vargas, pode-se dizer que “a liberdade de escolha consiste na livre escolha de consumir o produto ou contratar serviço que considerar adequado a sua necessidade”².

A venda casada consiste na limitação da liberdade do consumidor em optar por consumir determinado produto. A Secretaria de Acompanhamento Econômico, ligada ao Ministério da Fazenda, corrobora tal conceito, conforme se observa do verbete retirado do site do referido órgão, verbis:

“Venda casada: prática comercial que consiste em vender determinado produto ou serviço somente se o comprador estiver disposto a adquirir outro produto ou serviço da mesma empresa. Em geral, o primeiro produto é algo sem similar no mercado, enquanto o segundo é um produto com numerosos concorrentes, de

1 SILVA, José Afonso da. *Curso de Direito Constitucional Positivo*. 33. ed. São Paulo: Malheiros, 2010. p. 231.

2 Disponível em http://www.upf.br/balcaodoconsumidor/images/stories/materiais/seminario/tiago_vargas.pdf. Consulta realizada em 12 de abril de 2012.



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

igual ou melhor qualidade. Dessa forma, a empresa consegue estender o monopólio (existente em relação ao primeiro produto) a um produto com vários similares. A mesma prática pode ser adotada na venda de produtos com grande procura, condicionada à venda de outros de demanda inferior.”³

O direito de escolha deve ser respeitado, principalmente na seara do Direito do Consumidor, em que a vulnerabilidade é regra absoluta na relação jurídica consumidor/fornecedor, imposta pelo Código de Defesa do Consumidor como alicerce ao cumprimento do princípio constitucional da isonomia.

Em suma, a hipossuficiência exigida pela lei é a técnica ou de conhecimento, ou seja, aquela diminuição da capacidade do consumidor que diz respeito à falta de conhecimentos técnicos inerentes à atividade do fornecedor, ou retidos por ele, isto é, a falta de conhecimento técnico sobre o objeto de uma relação de consumo (produto ou prestação de serviços).

Neste cenário, é fácil constatar que o consumidor, após ter sido induzido ao erro por meio de uma propaganda enganosa por omissão, não tinha, de fato, um real interesse na compra dos produtos do Amazonas Shopping, através da promoção “Compre e Ganhe”. Segundo Cláudia Lima Marques, verbis:

“Note-se que o artigo 37 do CDC não se preocupa com a vontade daquele que faz veicular a mensagem publicitária. Não perquire da sua culpa ou dolo, proíbe apenas o resultado: que a

3 http://www.seae.fazenda.gov.br/central_documentos/glossarios



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

publicidade induza o consumidor a formar esta falsa noção da realidade. Basta que a informação publicitária, por ser falsa, inteira ou parcialmente, ou por omitir dados importantes, leve o consumidor ao erro, para ser caracterizada como publicidade proibida, publicidade enganosa”⁴

É sabido que o mercado de entretenimento em nível nacional oferece aos consumidores a opção de comprar os ingressos através de estabelecimentos previamente credenciados, de modo que tal conduta vem, na verdade, facilitar a vida do consumidor, que geralmente dispõe de pouco tempo para se dirigir até o estabelecimento da empresa organizadora do evento e, assim, adquirir os ingressos de seu interesse. Tal prática não demonstra ser abusiva, visto que o consumidor, ao chegar no estabelecimento credenciado, pode comprar o ingresso sem ter que ser compelido a adquirir nenhum outro produto ou serviço.

Ocorre que a promoção “Compre e Ganhe” da Requerida foi veiculada de forma totalmente contrária às normas de proteção ao consumidor, visto que, através desta, o consumidor foi levado a crer, falsamente, que tratar-se-ia de uma “vantagem” oferecida ao público, na qual ele, consumidor, sairia supostamente ganhando, o que de fato, não aconteceu, demonstrando-se justamente o contrário.

Desta feita, através de uma grande ação publicitária, a Requerida incutiu no consumidor a ideia de que ele somente poderia adquirir os ingressos se efetuasse a compra mínima de produtos em um estabelecimento escolhido, unilateralmente, pela empresa “M1 Eventos”. Tal fato, realmente ocorreu, conforme demonstram as matérias

4 Cláudia Lima Marques, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, cit. p. 223. Apud Antônio Carlos Alencar Carvalho, op. cit. p. 03.



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

dos jornais, nas quais é possível constatar que os ingressos “distribuídos” por meio da promoção “Compre e Ganhe”, rapidamente se esgotaram.

Nos termos do parágrafo 3º do art. 37 do Código de Defesa do Consumidor, temos a figura da publicidade enganosa por omissão. Nesta, o anunciante deixa de informar algo relevante quanto ao produto ou serviço, omitindo dados essenciais, deixando de dizer algo que, certamente, se o consumidor tivesse o conhecimento prévio, não adquiriria aquela mercadoria. Antônio Herman de Vasconcelos e Benjamin (Manual de Direito do Consumidor. E.ed., p. 209) adiciona, verbis:

“O Código nutre pela publicidade enganosa por omissão a mesma antipatia que manifesta pela publicidade enganosa comissiva. A enganabilidade por omissão consiste na preterição de qualificações necessárias a uma afirmação, na preterição de fatos materiais ou na informação inadequada (...)”

O consumidor, com base em sua autonomia da vontade, deveria ter sido bem informado para, somente assim, ter total liberdade de escolha para adquirir o produto que desejasse no estabelecimento de sua preferência, não podendo haver coação, ou indução a erro, por parte do fornecedor, para que adquirisse produtos deste ou daquele estabelecimento. No caso concreto, ignorou-se a vontade daqueles que desejaram somente adquirir o ingresso para o evento.

Além de ter o dever de garantir a liberdade de escolha ao consumidor, o fornecedor deve assegurar-se de que o consumidor, em virtude de sua hipossuficiência técnica ou de conhecimento, seja bem esclarecido sobre o produto ou serviço oferecido.



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

Assim, o artifício criado pela Requerida, gerou para si uma vantagem manifestamente excessiva, em total afronta aos princípios de proteção do consumidor.

5.2 DA IMPOSSIBILIDADE DE SE LIMITAR A AQUISIÇÃO DOS INGRESSOS PARA A “ÁREA VIP” E PARA A “PISTA” PARA TODOS OS DIAS DO EVENTO: VIOLAÇÃO AO DIREITO DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR. EXISTÊNCIA DE VENDA CASADA CONSTATADA PELO PROCON/AM, INCLUSIVE COM A IMPOSIÇÃO DE MULTA.

O PROCON/AM, visando averiguar as irregularidades que foram objeto da Distribuição no. 232.2011.CAOPDC.528658.2011.39362, disponibilizou uma equipe de fiscais que se dirigiu à sede da empresa Requerida. O Órgão Estadual de Proteção do Consumidor constatou, de fato, que a Requerida estava impedindo que os consumidores adquirissem ingressos para somente um dos dias citados, o que ensejou a lavratura de multa no valor de R\$ 54.000,00 (cinquenta e quatro mil reais).

Desta feita, importante salientar que ficaram consignadas no Auto de Infração no. 927/2011 (em anexo) as seguintes razões que serviram de base para a lavratura da multa à Requerida, verbis:

“O consumidor não pode ser compelido a adquirir aquilo que não quer, e deve existir a venda do produto ou a prestação do serviço de acordo com aquilo que deseja, conforme leis nos. 8.137/90, art. 5º, II e III, Lei no. 8.884/94, art. 21, XXIII.”



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

Os ingressos oferecidos tanto para a área VIP, quanto para a pista do show em questão, foram disponibilizados de maneira abusiva, visto que, embora a propaganda do show nada dissesse a respeito, os ingressos eram para os dois dias do evento, sem deixar margem de escolha para o consumidor.

Ao anunciar determinada matéria publicitária, a empresa cria através desta, além de uma justa expectativa, uma certa obrigação, haja vista a declaração unilateral da vontade do anunciante, obrigação esta que está expressa em lei. Sobre o tema, transcreve-se o escólio de CLÁUDIA LIMA MARQUES, que identifica, com precisão, a publicidade enganosa:

"A característica principal da publicidade enganosa, segundo o CDC, é ser suscetível de induzir ao erro o consumidor, mesmo através de suas omissões. A interpretação dessa norma deve ser necessariamente ampla, uma vez que 'erro' é a falsa noção da realidade, falsa noção esta potencial formada na mente do consumidor por ação da publicidade. Parâmetro para determinar se a publicidade é ou não enganosa deveria ser o observador menos atento, pois este representa uma parte não negligenciável dos consumidores e, principalmente, telespectadores".

(Contratos no Código de Defesa do Consumidor, São Paulo: RT, 2002, 4.ed., p. 676).

Desta feita, a Requerida praticou a situação abusiva, mediante publicidade enganosa, que ora se descreve: a pessoa que optasse por adquirir um ingresso



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

para a área VIP ou do tipo “Pista” para ir assistir a um dos shows das bandas que iriam se apresentar na sexta-feira (04/11), obrigatoriamente, obtinham, também, o “direito” de ir assistir aos shows do domingo (06/11), sendo, portanto, obrigados a pagar o valor “cheio” do ingresso.

Os ingressos que foram disponibilizados para um dia específico do show, somente foram colocados à venda no dia 1º de novembro de 2011, ou seja, três dias antes da primeira apresentação, e bem depois da Requerida ter efetuado toda uma ação agressiva de “marketing” com a promoção “Compre e Ganhe”, por meio da qual auferiu uma ampla margem de lucro através da “distribuição” de 13.000 ingressos, sem contar os ingressos que foram vendidos fora da promoção, através da venda casada.

O consumidor, portanto, foi induzido ao erro, pois somente ao final de toda a divulgação do evento, e faltando 03 (três) dias para o primeiro show a ser apresentado, é que os ingressos que davam direito para assistir um dia específico foram oferecidos para a venda, gerando, para a Requerida, uma vantagem manifestamente excessiva em face do consumidor.

Tal prática, por ser ilícita, subsume-se à noção legal de venda casada, conforme preceitua o art. 39, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor, *verbis*:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas (redação dada pela Lei no 8.884/1994):

I – Condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

Trata-se, de modo explícito, da vedação a que o CDC alude, denominada de proibição de existência de limites mínimos quantitativos na aquisição de determinado produto e/ou serviço, sem que houvesse justa causa para tanto. De acordo com o Professor Leonardo de Medeiros Garcia,

“O fornecedor também não pode condicionar o fornecimento de produto ou serviço, sem justa causa, a limites quantitativos. Assim, duas situações podem ocorrer: imposição de limite máximo de aquisição e imposição de limite mínimo. Ambas podem ocorrer. (...) **No segundo caso (imposição de limite mínimo), a possibilidade também existe, por exemplo, nas vendas promocionais do tipo “pague 2 e leve 3”, desde que o consumidor possa adquirir, caso queira, o produto singular pelo seu preço normal.**” [grifo nosso]

(GARCIA, Leonardo de Medeiros. Direito do Consumidor. 6. ed. São Paulo: Impetus, 2010.)

Ainda nesta seara, sabe-se que a lei abre a possibilidade da prática venda casada apenas quando houver justa causa. Pode-se permitir a venda casada, por exemplo, quando houver limitação do estoque do fornecedor em virtude de um momento de crise econômica, havendo, neste caso, justa causa. Contudo, em outras ocasiões, a venda casada será considerada abusiva quando não contiver o requisito da justa causa, pois coloca em xeque o direito de escolha do consumidor. Neste sentido, a lição de Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin, in verbis:



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

“A justa causa, porém, só tem aplicação aos limites quantitativos que sejam inferiores à quantidade desejada pelo consumidor. **Ou seja, o fornecedor não pode obrigar o consumidor a adquirir quantidade maior que as suas necessidades.** Assim, se o consumidor quer adquirir uma lata de óleo, não é lícito ao fornecedor condicionar a venda à aquisição de duas outras unidades. A solução também é aplicável aos brindes, promoções e bens com desconto. **O consumidor sempre tem o direito de, em desejando, recusar a aquisição quantitativamente casada, desde que pague o preço normal do produto ou serviço, isto é, sem o desconto.**” [grifo nosso]

(DENARI, Zelmo et alii. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 8ª ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004, p 369.)

Neste sentido, veja-se a seguinte decisão do Superior Tribunal de Justiça, proibindo a prática de venda casada pela rede de cinemas “Cinemark”, verbis:

ADMINISTRATIVO. RECURSO ESPECIAL. APLICAÇÃO DE MULTA PECUNIÁRIA POR OFENSA AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. OPERAÇÃO DENOMINADA



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

'VENDA CASADA' EM CINEMAS. CDC, ART. 39, I. VEDAÇÃO DO CONSUMO DE ALIMENTOS ADQUIRIDOS FORA DOS ESTABELECIMENTOS CINEMATOGRAFICOS. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

1. A intervenção do Estado na ordem econômica, fundada na livre iniciativa, deve observar os princípios do direito do consumidor, objeto de tutela constitucional fundamental especial (CF, arts. 170 e 5º, XXXII).

2. Nesse contexto, consagrou-se ao consumidor no seu ordenamento primeiro a saber: o Código de Defesa do Consumidor Brasileiro, dentre os seus direitos básicos "a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações" (art. 6º, II, do CDC).

3. A denominada 'venda casada', sob esse enfoque, tem como ratio essendi da vedação a proibição imposta ao fornecedor de, utilizando de sua superioridade econômica ou técnica, opor-se à liberdade de escolha do consumidor entre os produtos e serviços de qualidade satisfatório e preços competitivos.



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

4. Ao fornecedor de produtos ou serviços, conseqüentemente, não é lícito, dentre outras práticas abusivas, condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço (art. 39, I do CDC).

5. A prática abusiva revela-se patente se a empresa cinematográfica permite a entrada de produtos adquiridos na suas dependências e interdita o adquirido alhures, engendrando por via oblíqua a cognominada 'venda casada', interdição inextensível ao estabelecimento cuja venda de produtos alimentícios constituiu a essência da sua atividade comercial como, verbi gratia, os bares e restaurantes.

6. O juiz, na aplicação da lei, deve aferir as finalidades da norma, por isso que, in casu, revela-se manifesta a prática abusiva.

7. A aferição do ferimento à regra do art. 170, da CF é interdita ao STJ, porquanto a sua competência cinge-se ao plano infraconstitucional.

8. Inexiste ofensa ao art. 535 do CPC, quando o Tribunal de origem, embora sucintamente, pronuncia-se de forma clara e suficiente sobre a questão posta nos autos. Ademais, o magistrado



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

não está obrigado a rebater, um a um, os argumentos trazidos pela parte, desde que os fundamentos utilizados tenham sido suficientes para embasar a decisão.

9. Recurso especial improvido

(REsp. n. 744602 RJ 2005/0067467-0, Relator: Ministro LUIZ FUX, Data de Julgamento: 28/02/2007, T1 - PRIMEIRA TURMA)“

6. DANO MORAL COLETIVO

Impõe-se, nessa esteira, a condenação da demandada ao pagamento de valor, a ser revertido ao fundo criado pelo artigo 13 da Lei nº 7.347/85, a título de dano extrapatrimonial coletivo, também denominado *dano moral coletivo*.

O dano moral coletivo tem arrimo no ordenamento jurídico pátrio. A redação do artigo 6º da Lei nº 8.078/90, conforme dito antes, elenca a reparação desse como um dos direitos básicos do consumidor:

“Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...) VI - a efetiva proteção e **reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;**

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou **reparação de danos patrimoniais e morais, Individuais, coletivos e difusos (...)**” (Grifos nossos)



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

Não é demasiado lembrar que o dano moral atinge direitos da personalidade. Necessário, sobre o assunto, fazer menção à proposital alteração implementada no *caput* do art. 1º da Lei nº 7.347/85, promovida em junho de 1994 pela Lei nº 8.884/94. Originariamente, a redação do *caput* do dispositivo era a seguinte: “Art. 1º Regem-se, pelas disposições desta lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos causados (...)”.

A Lei nº 8.884/94 estabeleceu nova redação: “Art. 1º. Regem-se, pelas disposições desta lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por **danos morais e patrimoniais** causados”.

Evidente, portanto, o propósito da nova redação: proteger, por meio de ação de responsabilidade, aspectos morais (não-patrimoniais) dos direitos coletivos. Na verdade, a alteração legal colimou explicitar que os danos ali referidos são os morais e patrimoniais.

Nessa senda, com base na expressa previsão legal, tanto a doutrina como a jurisprudência têm destacado a importância do dano moral coletivo na proteção dos direitos metaindividuais, sobressaltando seu *caráter punitivo*.

Xisto Tiago de Medeiros Neto ressalta bem a importância do dano moral coletivo na sociedade moderna:

“A ampliação dos danos passíveis de ressarcimento reflete-se destacadamente na abrangência da obrigação de reparar quaisquer lesões de índole extrapatrimonial, em especial as de natureza coletiva, aspecto que corresponde ao anseio justo, legítimo e necessário apresentado pela sociedade de nossos dias. Atualmente, tornaram-se necessárias e significativas



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

para a ordem e a harmonia social a reação e a resposta do Direito em face de situações em que determinadas condutas vêm a configurar lesão a interesses: juridicamente protegidos, de caráter extrapatrimonial, titularizados por uma determinada coletividade. Ou seja, adquiriu expressivo relevo jurídico, no âmbito da responsabilidade civil, a reparação do dano moral coletivo (em sentido lato).” (Dano moral coletivo. São Paulo, LTr, 2004, p. 134, grifo nosso)

Como argumento adicional ao reconhecimento do caráter punitivo do dano extrapatrimonial coletivo, indique-se que o valor da condenação não vai para o demandante, sendo convertido em benefício da própria comunidade, destinando-se a fundo, conforme indicado no art. 13 da Lei nº 7.347/85.

O Superior Tribunal de Justiça vem encampando em suas decisões a tese do dano moral coletivo, conforme se depreende do Informativo nº 0490 do próprio STJ, *verbis*:

DANO MORAL COLETIVO. INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. ATENDIMENTO PRIORITÁRIO.

A Turma negou provimento ao apelo especial e manteve a condenação do banco, em ação civil pública ajuizada pelo Ministério Público, ao pagamento de indenização por danos morais coletivos em decorrência do inadequado atendimento dos consumidores prioritários. No



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

caso, o atendimento às pessoas idosas, com deficiência física, bem como àquelas com dificuldade de locomoção era realizado somente no segundo andar da agência bancária, após a locomoção dos consumidores por três lances de escada. Inicialmente, registrou o Min. Relator que a dicção do art. 6º, VI, do CDC é clara ao possibilitar o cabimento de indenização por danos morais aos consumidores tanto de ordem individual quanto coletivamente. Em seguida, observou que não é qualquer atentado aos interesses dos consumidores que pode acarretar dano moral difuso. É preciso que o fato transgressor seja de razoável significância e desborde dos limites da tolerabilidade. Ele deve ser grave o suficiente para produzir verdadeiros sofrimentos, inquietude social e alterações relevantes na ordem patrimonial coletiva. **Na espécie, afirmou ser indubitável a ocorrência de dano moral coletivo apto a gerar indenização.** Asseverou-se não ser razoável submeter aqueles que já possuem dificuldades de locomoção, seja pela idade seja por deficiência física seja por qualquer causa transitória, como as gestantes, à situação desgastante de subir escadas, exatos 23 degraus,



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

em agência bancária que, inclusive, possui plena capacidade de propiciar melhor forma de atendimento aos consumidores prioritários.tjam

Destacou-se, ademais, o caráter propedêutico da indenização por dano moral, tendo como objetivo, além da reparação do dano, a pedagógica punição do infrator. Por fim, considerou-se adequado e proporcional o valor da indenização fixado (R\$ 50.000,00). REsp 1.221.756-RJ, Rel. Min. Massami Uyeda, julgado em 2/2/2012. [grifo nosso]

Portanto, o dano moral coletivo constitui hipótese de condenação em dinheiro com função punitiva e reparadora, face à ofensa a direitos coletivos.

Assim, tem-se um instrumento que visa conferir eficácia à tutela de interesses coletivos, haja vista seu caráter não patrimonial. Na hipótese, verifica-se ser necessário que a Requerida seja condenada no valor mínimo dos lucros auferidos, o qual pode ser alcançado através da seguinte operação: os consumidores tiveram realizar a compra mínima de R\$ 300,00 (trezentos reais). Para fins de quantificação do dano moral, será considerado apenas a metade do valor mínimo da promoção, ou seja, R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais). Multiplicando este valor (cento e cinquenta reais), pela quantidade de ingressos vendidos através da promoção “Compre e Ganhe” (treze mil), chega-se na quantia de **R\$ 1.950.000,00 (hum milhão, novecentos e cinquenta mil reais), valor suficiente para a compensação dos danos sofridos em virtude da ofensa clara e direta a uma coletividade de consumidores, decorrente da constatação de diversas práticas abusivas realizadas pela Requerida.**



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

Tal indenização, longe de representar cifra expressiva, por certo não significará agravo substancial para Requerida, dado que seu faturamento global inclui inúmeros outros eventos realizados anualmente por ela. Desta feita, deve ser ressaltado que o valor exigido corresponde a uma fração do faturamento da Requerida, referente a um único evento. O valor pretendido pelo autor, bem por isso, mais está para módico do que para elevado.

7. DO PEDIDO

Por todo exposto, o Ministério Público do Estado do Amazonas, por seu Promotor de Justiça que abaixo subscreve, requer a Vossa Excelência que sejam julgados totalmente procedentes os pedidos veiculados nesta demanda para:

1. Seja concedida antecipação de tutela, **INALDITA ALTERA PARTE**, para obrigar a empresa/ré à **obrigação de não fazer (não realizar)**, consistente em se abster, nos eventos em que vier a promover, de praticar a venda casada de ingressos para todos os dias do evento, de modo que anule o direito de escolha do consumidor, ou através de supostas “promoções”, que induzam o consumidor ao erro, devendo para isso adotar todas as providências que lhe cabem e, em todas as vezes que isso ocorrer, ser condenada a uma **multa de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)** a ser revertida ao Fundo de que cuida o art. 13 da Lei nº 7.347/85;

1. Condenar a demandada **T.G.I. Comércio, Representações, Diversões Ltda. (M1 EVENTOS)**, a indenizar os consumidores individualmente por danos materiais decorrentes da venda casada praticada pela indução dos consumidores em erro, que foram levados a efetuar a compra, no valor mínimo de R\$ 300,00 (trezentos reais), para, então, adquirirem o ingresso para o evento “Manaus Summer Fest 2011; bem como, o



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

ressarcimento daqueles consumidores que não puderam optar pela compra de somente um dia do evento;

2. Condenar a **T.G.I. Comércio, Representações, Diversões Ltda. (M1 EVENTOS)**, a título de dano moral coletivo, ao pagamento de quantia no valor de **R\$ 1.950.000,00 (hum milhão, novecentos e cinquenta mil reais)**, que será revertida ao Fundo de que cuida o art. 13 da Lei nº 7.347/85, em face da prática;

3. A confirmação, na sentença, do pedido de tutela antecipada;

E requer, ademais:

4. a citação da demandada, para responder à presente demanda, nos termos da lei em vigor;

5. em razão da verossimilhança das alegações, a inversão do ônus da prova (art. 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor) sobre os fatos narrados na presente;

6. a intimação pessoal do Ministério Público de todos os atos processuais, pessoalmente e com vista dos autos, na forma do art. 236, § 2º, do Código de Processo Civil c/c o art. 41, inciso IV, da Lei nº 8.625 de 1993, na sede da Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor, localizada na Avenida Coronel Teixeira, nº 7995, Nova Esperança, Manaus;

7. a condenação da Ré ao pagamento das custas processuais;

8. a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, desde logo, a teor do art. 18 da Lei Federal nº 7.347/85 e do art. 87 da Lei Federal nº 8.078/90.



Ministério Público do Estado do Amazonas

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor

Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.

Fone: (92)3655-0713/0714

Requerendo, ademais, a juntada aos autos do procedimento civil que fundamenta a presente demanda, o Autor Coletivo deve dizer que provará o alegado por todos os meios de prova admitidos no direito, especialmente, documental, testemunhal e pericial.

Dá à causa o valor de R\$ 1.950.000,00 (hum milhão, novecentos e cinquenta mil reais).

Manaus - Amazonas, 07 de maio de 2012.

OTÁVIO DE SOUZA GOMES

Promotor de Justiça

51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor



Ministério Público do Estado do Amazonas
51ª Promotoria de Justiça Especializada na Proteção e Defesa do Consumidor
Avenida Coronel Teixeira, n.º7995 – Bairro Nova Esperança. CEP: 69030-480. Manaus – Amazonas.
Fone: (92)3655-0713/0714

Número do documento: 586981.
Número do Auto: 2011/39362.