



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
Rua Álvaro Mendes, nº 2294 – Centro – CEP nº 64000-060 - Teresina-PI

**EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) JUIZ(A) DE DIREITO DA 8ª VARA CÍVEL DA
COMARCA DE TERESINA-PI**

DISTRIBUIÇÃO POR DEPENDÊNCIA

Processo nº 001.5660.73.2013.8.18.0140 (8ª Vara Cível)

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ**, por intermédio do Promotor de Justiça que, na função de Coordenador-Geral do Programa de Proteção e Defesa do Consumidor, subscreve a presente exordial e recebe, em razão do disposto no art. 236, §2º, do Código de Processo Civil, as intimações de estilo pessoalmente no endereço supra, vem perante Vossa Excelência para, com fulcro nos arts. 5º, inciso XXXII, 127, 129, inciso III, 170, caput e inciso V, da Constituição da República, nos arts. 143, inciso III, 148, §1º, 149, da Constituição Estadual, nos arts. 81, parágrafo único, incisos I, II e III, 82, incisos I, 83, e 91, da Lei nº 8.078/90, no art. 1º, incisos II e IV, da Lei nº 7.347/85, propor

AÇÃO CIVIL PÚBLICA, com pedido de ANTECIPAÇÃO DE TUTELA,

em defesa dos interesses dos consumidores, em desfavor de

(1) KATIA CIBELLY BENEVIDIO NASCIMENTO – ME (TERESINA MULTIPREMIUS), pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 17.308.870/0001-25, com endereço na Avenida Joaquim Nelson, nº 2335, Bairro Itararé, CEP nº 64.078-225, desta capital; **(2) KATIA CIBELLY BENEVIDIO NASCIMENTO**, brasileira, solteira, pessoa física inscrita no CPF sob o nº 015.089.763-41 e no RG nº 2643479 SSP-PI, proprietária da empresa supracitada, residente e domiciliada na Rua Walfrido do Salmito, nº 1231, Bairro Parque Piauí, CEP nº 64.025-501, deste município,

pelos fatos e fundamentos que passa a expor.

1. DOS FATOS E OBJETIVOS DA AÇÃO

O escopo da presente ação é a defesa coletiva dos direitos dos consumidores, almejando demonstrar a ilegalidade na modalidade de contrato, popularmente denominada como “Compra Premiada”, “Venda Premiada”, “Sorteou, Ganhou”, dentre outras nomenclaturas.

Em período recente, tornou-se bastante comum, principalmente nas Regiões Norte e Nordeste do país, as operações conhecidas como “Venda Premiada”. Na referida modalidade de contratação são formados grupos de pessoas para a aquisição de bens móveis – normalmente motocicletas e eletrodomésticos – *na forma simulada consórcio*. Em regra, os clientes pagam parcelas mensais, havendo em igual período o sorteio do bem objeto do contrato, *ficando o então contemplado exonerado da obrigação de pagar as demais prestações*. *Assim, no lugar do sorteado, outro consumidor é inserido no grupo*.

Existe, ainda, nesta espécie de contrato, a possibilidade de integralização de seu pagamento, a fim de receber o objeto imediatamente. *Em suma, em cada mês, pelo menos um consumidor, recebe o bem, deixando de adimplir as obrigações remanescentes*.

Ocorre, nobre Julgador, que tal negócio não possui viabilidade financeira, posto que, para garantir sua manutenção (pagar despesas, contemplar os clientes e ainda ter lucro), *a empresa é obrigada a sempre buscar novos clientes*. A ausência de lastro, ou seja, um patrimônio garantidor, em que a viabilidade econômica dos grupos depende sempre da entrada de mais consumidores, caracteriza a tenebrosa “fraude da pirâmide”, vedada pelo Ordenamento Pátrio, inclusive na Seara Criminal.

No caso em apreço, constatou-se, através do Processo Administrativo nº 246/2013 (anexo), que *a empresa TERESINA MULTIPREMIUS reconhece e pratica denominada atividade fraudulenta*.

Por derradeiro, deve-se consignar que, no retromencionado Processo Administrativo, a *empresa foi notificada para manifestar-se sobre possível formalização de Termo de Ajustamento de Conduta (TAC)*, a fim de paralisar a atividade questionada e restituir aos consumidores os valores despendidos. Entrementes, a demandada injustificadamente não compareceu à audiência designada para tal fim.

Destarte, em razão da inocuidade na esfera administrativa, não resta outra alternativa senão o ajuizamento desta Ação Civil Pública.

A presente ação visa proteger o bom funcionamento do sistema financeiro nacional, a economia e a poupança popular, os interesses dos consumidores e a fé

pública, bens jurídicos de natureza transindividual e difusa, atingindo um número indeterminado de pessoas.

2. DA APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A priori, insta consignar que não restam dúvidas acerca da aplicação das normas especiais de ordem pública e interesse social de defesa do consumidor insertas na Lei nº 8.078/90, haja vista que as relações existentes entre as empresas que realizam operações de “Venda Premiada” e os seus clientes, ou seus clientes em potencial, são de consumo, conforme disposto nos arts. 2º e 3º da aludida norma.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

3. DA LEGITIMIDADE ATIVA

Segundo o art. 127, caput, da Constituição Federal, incumbe ao Ministério Público “a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis”.

Com efeito, o art. 129, incisos II e III, da Carga Magna, assim dispõe:

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

A seu turno, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), no seu título III, que trata “da defesa do consumidor em juízo”, assim prevê em seus arts. 81 e 82, incisos I:

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 concorrentes:

I – o Ministério Público.

Assim, vale trazer à baila a festejada doutrina de ANTÔNIO HERMAN BENJAMIN, Ministro do Superior Tribunal de Justiça:

A legitimação do Ministério Público e a ampliação das suas funções pelo Código vem no esteio do estabelecido pela Lei da Ação Civil Pública e pelo perfil que a Constituição de 1988 imprimiu à Instituição, sobretudo em relação a sua independência e sua autonomia. O Ministério Público, neste sentido, aparece tanto sob o aspecto criminal, como titular da ação penal pública, quanto no âmbito civil, como órgão vocacionado à tutela dos interesses coletivos. ***Nesse particular, a proteção do consumidor constitui interesse indisponível, cabendo ao Ministério Público, como legitimado para agir, de um lado, vincular-se à proteção do consumidor, cuja presunção é de hipossuficiência, promovendo o equilíbrio na defesa judicial dos direitos lesados, e, de outro, contemplar***

os diversos consumidores lesados em decorrência de uma dada conduta do fornecedor. A dimensão coletiva da atuação do Ministério Público: Segundo estabelece o CDC, a rigor o Ministério Público tem legitimação para interpor ação coletiva com o fim de tutelar qualquer dos interesses e direitos contemplados no art. 81, parágrafo único. Para tanto, comunicam-se as normas do Código e da Lei da Ação Civil Pública no que diz respeito aos procedimentos observados para interposição da ação. A atuação do Ministério Público pode se dar tanto no controle repressivo, a posteriori, com o objetivo de cominar sanção a violação de direitos dos consumidores por parte dos fornecedores, ou ainda o controle preventivo que, mesmo tendo sido vetado o dispositivo específico que autoriza o Ministério Público efetuar controle administrativo das cláusulas abusivas, não se pode desconsiderar que o CDC elenca como direito básico do consumidor a prevenção de danos (art. 6º, VI), mantendo-se em vigor, de todo modo, o § 4º do art. 51, pelo qual o Ministério Público, mediante requerimento, é legítimo para provocar o controle judicial destas mesmas cláusulas. Neste sentido, a atuação preventiva, em matéria de cláusulas abusivas ou qualquer outra lesão a direitos dos consumidores, encontra fundamento no Código. Para esse efeito o Ministério Público pode lançar mão dos diversos instrumentos que se encontram a disposição, tanto no Código quanto na Lei da Ação Civil Pública e na sua legislação institucional, dentre os quais, o inquérito civil".¹ (grifos adicionados)

Nesse passo, seguem os arestos dos Tribunais Superiores:

Processual Civil – Ação Civil Pública – Direitos Individuais Homogêneos – Relevante interesse social – Ministério Público – Legitimidade – Registro profissional no Conselho de Medicina Veterinária – Exame. (...) **2. O Superior Tribunal de Justiça reconhece a legitimidade ad causam do Ministério Público, seja para a tutela de direitos e interesses difusos e coletivos seja para a proteção dos chamados direitos individuais homogêneos, sempre que caracterizado relevante interesse social.** 3. In casu, tanto a dimensão do dano e suas características como a relevância do bem jurídico a ser protegido determinam a atuação do Ministério Público (CDC, art. 82, §1º). (...) A prevenção da proliferação de demandas individuais evidencia o interesse social. A diminuição de causas com o mesmo objeto privilegia uma prestação jurisdicional mais eficiente, célere e uniforme. 5. O Ministério Público é legítimo para defender, por meio de ação civil pública, os interesses relacionados aos direitos sociais constitucionalmente garantidos. (STJ - AgRg no Resp 938.951/DF, j. 23.02.2010, Rel. Min. Humberto Martins, Dje 10.03.2010) (grifos acrescentados)

Por seu turno, o art. 148 da Constituição Estadual do Piauí regra: “A defesa do consumidor é exercida pelo Ministério Público através do Programa de Proteção e Defesa do Consumidor”.

4. DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E DA APLICAÇÃO DO PRINCÍPIO DA BOA-FÉ

O Código de Defesa do Consumidor, como lei principiológica, pressupõe a vulnerabilidade do consumidor, partindo da premissa de que ele, por ser a parte econômica, jurídica e tecnicamente mais fraca nas relações de consumo, encontra-se

¹ BENJAMIN, Antônio Herman V. et alii. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, pág. 987.

normalmente em posição de inferioridade perante o fornecedor, conforme se depreende da leitura de seu art. 4º, inciso I, *in verbis*:

Art. 4º 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, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo. (grifos acrescidos)

Neste diapasão, sedimenta o Professor RIZZATTO NUNES:

O inciso I do art.4º reconhece: o consumidor é vulnerável.

Tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa que o consumidor é a parte mais fraca na relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.²

A Insigne Professora CLÁUDIA LIMA MARQUES, por sua vez, ensina que esta vulnerabilidade se perfaz em três tipos: técnica, jurídica e econômica.

Na vulnerabilidade técnica o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é mais facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade, o mesmo ocorrendo em matéria de serviços.”³ (grifado)

Outro, portanto, não é o entendimento da Jurisprudência pátria:

O ponto de partida do CDC é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor, mecanismos que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo. (STJ – Resp. 586.316/MG) (grifo nosso)

Vale ressaltar que a hipossuficiência não se confunde com o conceito de vulnerabilidade do consumidor, princípio esse previsto no art. 4º, I do Código Consumerista, que reconhece ser o consumidor a parte mais fraca da relação de consumo. *Tal princípio tem como consequência jurídica a intervenção do Estado na relação de consumo para que seja mantido o equilíbrio entre as partes, de modo que o poder de uma não sufoque os direitos da outra.* A vulnerabilidade é uma condição inerente ao consumidor, ou seja, todo consumidor é considerado vulnerável, a parte frágil da relação de consumo. (TJDFT – AGI nº 20080020135496 - 4º Turma Cível – Rel. Des. Arlindo Mares – DJ. 13/05/09) (grifos inclusos)

Noutro aspecto, vale discorrer sobre a boa-fé nas relações de consumo. Esta, por sua vez, é considerada como a boa conduta humana que se espera de todos nas relações sociais (art. 4º, inciso III, do CDC).

Na linha do Código de Defesa do Consumidor, o artigo 422 do Código Civil estabelece que “os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios da probidade e boa-fé”. A boa fé diz respeito ao

² NUNES, Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. 4. Ed. Saraiva: São Paulo, 2009, p. 129.

³ CLÁUDIA LIMA MARQUES, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, Revista dos Tribunais, 3. Ed, p. 148/149.

exame objetivo e geral da conduta do sujeito em *todas* as fases contratuais (pré-contratual, contratual e pós-contratual), *servindo, a partir de suas funções, como parâmetro de interpretação dos contratos, identificação de abuso de direitos e criação de deveres anexos*.⁴

É natural, nos ordenamentos jurídicos modernos, que têm a dignidade da pessoa humana como fundamento, a imposição dessa boa-fé nas relações contratuais e, sobretudo, nas relações de consumo, enquanto concretizadora de direitos fundamentais⁵.

Nesse viés, ensina o Superior Tribunal de Justiça:

O princípio da boa-fé se aplica às relações contratuais regidas pelo CDC, impondo, por conseguinte, a obediência aos deveres anexos ao contrato, que são decorrência lógica deste princípio. O dever anexo de cooperação pressupõe ações recíprocas de lealdade dentro da relação contratual. A violação a qualquer dos deveres anexos implica em inadimplemento contratual de quem lhe tenha dado causa. (STJ – Resp 595631/SC – Rel. Min. Nancy Andrichi – DJ 02.08.2004) (grifos inclusos)

5. DA FRAUDE DA PIRÂMIDE FINANCEIRA

O esquema popularmente conhecido como pirâmide é um modelo comercial previsivelmente não-sustentável que depende basicamente do recrutamento progressivo de outras pessoas para sua manutenção.

Neste tipo de fraude, inicialmente, de forma aparente, não se vislumbra qualquer irregularidade, tanto que a empresa pode cumprir a oferta veiculada. O problema se encontra no fato de que, *inevitavelmente*, o sistema começará a ruir, prejudicando sobremaneira os últimos clientes que não recebem o bem prometido.

No caso em apreço, os termos do instrumento contratual – sob a forma de Contrato de Adesão – demonstram que realmente se trata de um “esquema fraudulento” que usa como atrativo o fato de que o consumidor premiado não precisa pagar as parcelas vincendas, consoante a leitura da CLÁUSULA SEXTA dos contratos apensos.

Aplicando denominada lógica ao negócio, infere-se que necessariamente um terceiro terá que pagar o restante do valor daquele bem entregue “por sorteio”, de tal forma que, enquanto a loja estiver conseguindo novos clientes, os prêmios até podem ser entregues, entretanto, no momento em que o mercado inevitavelmente saturar e o fornecedor não conseguir atrair novos clientes em quantidade suficiente para suprir a falta de pagamento dos bens entregues aos que foram contemplados no sorteio, chegará a um ponto em que não se conseguirá entregar os produtos sorteados, nem aquelas cujos carnês foram quitados, tampouco devolver as quantias devidas, no caso de rescisão contratual.

⁴ BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V. *Manual de Direito do Consumidor*. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010, p. 324.

⁵ KHOURI, Paulo R. Roque A. *Direito do Consumidor - Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo*, 2ª Edição, Atlas: São Paulo, 2005, p. 65

Vejamos a Jurisprudência sobre o tema recente:

(...) Além disso, *tal prática transfere o risco da operação para os clientes, já que a empresa em questão aparentemente não possui lastro financeiro que garanta a contemplação de todos os clientes, por isso é fato público e notório a reclamação dos consumidores, no sentido de que não estão recebendo os prêmios*, além de haver negativa na devolução do dinheiro aos clientes desistentes, assim devem ser mantidos os efeitos da decisão, de modo a coibir a referida prática, em especial porque atingem consumidores de baixa renda. Nesse contexto, entendo prudente a manutenção das medidas adotadas pelo magistrado, razão pela qual indefiro o pedido liminar. (TJ-MA - Agravo de Instrumento nº 6.476/2012 – 1º Câmara Cível – Des. Jorge Rachid Mubárack Maluf – DJ 10/04/12)

Ressalta-se que o contratante/consumidor não recebe, desde logo, o produto pretendido, como ocorreria se fosse uma “compra e venda parcelada de bens”, pois, em verdade, o comprador depende de sorteio para conseguir a mercadoria, salvo se realizar o pagamento antecipado do valor total.

Registre-se ainda que a empresa possui todo o controle do sistema de sorteio atinente ao negócio, o qual inclusive simula a sistemática de consórcio, uma vez que a prática consiste em entregar produtos escolhidos pelo comprador, que paga o bem em parcelas mensais sucessivas.

Deste modo, não resta dúvida de que, somente por estes argumentos, *padece de ilegalidade o sistema de “Venda Premiada”, porquanto patente a famigerada “pirâmide financeira”*.

6. DA IMPOSSIBILIDADE DE ENQUADRAMENTO NA LEI 5768/71 – CAPTAÇÃO ANTECIPADA DA POUPANÇA POPULAR

Algumas empresas que atuam neste ramo ilegal alegam que desenvolvem venda, ou promessa de venda de mercadorias a varejo mediante oferta pública e com recebimento antecipado, parcial ou total, do respectivo preço, com fundamento na Lei nº 5.768/71.

Não merece prosperar o citado embasamento, visto que, após análise da Lei nº 5.768/71, do Decreto nº 70.951/72 e da Portaria Ministério da Fazenda nº 54/08 – que regulam a mencionada atividade -, é clara e expressa a inexistência de enquadramento.

Os regimentos legais aludidos em nenhum momento possibilitam a quitação imediata após lance ou sorteio, como acontece perante a empresa requerida, uma vez que, como dito alhures, *retira-se toda a viabilidade financeira ou a vincula a entrada de novos consumidores*.

Outra falha facilmente identificada é que a Lei nº 5.768/71 somente permite a captação de poupança popular para eletrodomésticos em 12 (doze) parcelas, e para motocicletas em 24 (vinte e quatro) parcelas, *e nunca com a possibilidade de quitação após o sorteio*.

Deve-se frisar que para a *venda de mercadorias a varejo, mediante oferta pública e com recebimento antecipado, parcial ou total, do preço*, é **imprescindível a autorização do Ministério da Fazenda**, sendo que, para obtenção da referida autorização, é necessário que a empresa elabore um plano de captação de recursos e demonstre a capacidade econômico-financeira e gerencial da atividade, bem como preste contas ao órgão fiscalizador, a cada 4 (quatro) meses.

Ante a divergência ora apresentada, a própria Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda, através de seu sítio eletrônico, pontuou sobre a natureza da operação de “Venda Premiada”:

A “Venda Premiada”, ou outra denominação adotada, consiste em operações em que empresas atraem consumidores, com a promessa de adquirir um bem móvel, como motocicletas, com a formação de grupos de participantes que pagariam parcelas mensais e concorrem em sorteios pelo bem objeto do contrato. *Quando sorteado, o contemplado ficaria exonerado da obrigação de pagar as demais parcelas e outro consumidor seria inserido no grupo*. Essas operações *não apresentam viabilidade financeira e a exigência de substituição da pessoa contemplada por outro consumidor caracteriza a fraude conhecida como “Pirâmide”*. A Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, órgão jurídico consultivo do Ministério da Fazenda, manifestou-se no sentido de que as operações conhecidas como *“Venda Premiada” não constituiriam consórcios, mas operações de captação de poupança antecipada atípica. Por esse motivo, não são passíveis de autorização por esta Secretaria, nos termos da Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971.* (...) Por fim, informamos que operações de “Venda Premiada”, mesmo com outra denominação, mas *com a sistemática informada, não serão autorizadas por esta Secretaria de Acompanhamento Econômico, por não serem reconhecidas como captação antecipada de poupança popular nos termos permitidos pela legislação em vigor*.⁶

Destarte, comprova-se que o réu desenvolve uma atividade ilícita, por não se encaixar na modalidade prevista na Lei nº 5.768/71.

7. DA INCOMPATIBILIDADE COM O SISTEMA DE CONSÓRCIO

Ademais, é de sapiência geral que o sistema ora questionado é um perfeito simulacro de consórcio, mas com este não se confunde, posto que desenvolvido de forma ilegal, por não observar os ditames da Lei nº 11.795/2008, que exige prévia autorização do Banco Central.

Art. 7º Compete ao Banco Central do Brasil:

I – conceder autorização para funcionamento, transferência do controle societário e reorganização da sociedade e cancelar a autorização para funcionar das administradoras de consórcio, segundo abrangência e condições que fixar.

⁶ SEAE alerta população sobre captação irregular de Poupança Popular. Disponível em: http://www.seae.fazenda.gov.br/noticias/copy6_of_seae-conclui-analise-sobre-ac-s-no-varejo-de-bens-duraveis. Acesso em 25 de fevereiro de 2013.

Instado a se manifestar sobre o ato comercial denominado “Compra Premiada”, o Banco Central, consoante Conflito de Competência nº 121.146-MS julgado pelo Superior Tribunal de Justiça em meados de Junho de 2012, respondeu que não se pode classificar tal tipo de compra como consórcio, uma vez ausentes os princípios da solidariedade e do autofinanciamento, não sendo assim passíveis de regularização e fiscalização pela autarquia. Sustentou o Banco Central, ainda, tratar-se não de crime contra o sistema financeiro nacional, mas sim, de crime contra a economia popular, previsto no art. 2º, IX, da Lei n. 1.521/54. Ressaltou, contudo, que a partir do momento em que o participante da compra premiada passar a ter obrigações de pagamento de todas as prestações até o final do plano, restaria configurado o mercado de consórcio, sujeito à regulação e fiscalização por parte do Banco Central.

Outrossim, mesmo se porventura houvesse a obrigatoriedade de pagamento das parcelas faltantes, no caso de sorteio, ainda assim haveria ilegalidade, em função da ausência de autorização da autarquia retrocitada.

Sem muito esforço, porquanto claro e expresso, conclui-se que o sistema conhecido como “Venda Premiada” corresponde a uma atividade inominada ilegal, não amparada pela legislação brasileira, sendo de alta potencialidade lesiva ao consumidor, razão pela qual o pleito ora aduzido pelo Ministério Público deve ser julgado procedente.

8. DA PUBLICIDADE ENGANOSA E DESCUMPRIMENTO DA OFERTA

No presente caso, a publicidade enganosa é cristalina, tendo em vista que a empresa faz crer seus clientes, ou clientes em potencial, que se trata de um sistema de consórcio, o que é inverídico, conforme acima explanado.

Vislumbra-se a caracterização como enganosa de toda essa publicidade, a qual deve ser imediatamente suspensa.

Nesse sentido, dispõe o Código Consumerista:

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”.

A respeito dos contornos da publicidade enganosa, CLAUDIA LIMA MARQUES assim preleciona:

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 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.⁷

ANTÔNIO HERMAN DE VASCONCELOS E BENJAMIM, assim ensina:

*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 (...).*⁸

Ademais, caso não coibido, o réu continuará violando o citado princípio, bem como o princípio da boa-fé, por iludir seus contratantes com promessa de fácil aquisição de um bem.

Deve-se considerar que muitas vezes algumas pessoas, mormente as mais humildes, que não podem adquirir um bem pelo seu preço integral, agarram-se à possibilidade de pagar “suaves prestações”, podendo, se sorteadas, exonerar-se de suas dívidas.

Algumas comprometem sua renda para pagar o “carnê” e descobrem, muitas vezes, ao final, que perderam seu dinheiro e foram irreparavelmente lesadas.

9. DA AUSÊNCIA DA INFORMAÇÃO ADEQUADA E CLARA

Corolário do próprio princípio da boa-fé objetiva, o Código de Defesa do Consumidor elencou, em seu art. 6º, como direito básico do consumidor o direito à informação:

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;

A informação, dever dos fornecedores em todas as etapas da relação, permite ao consumidor a escolha do parceiro que melhor lhe convier, afetando, inclusive, a essência do próprio negócio, pois quando repassada ou requerida integra o conteúdo do contrato.

Cláudia Lima Marques⁹, por sua vez, destaca que o dever de informar imposto ao fornecedor pelo CDC é um reflexo do princípio da transparência. O dever de informar é básico e essencial para a harmonia e transparência das relações de consumo. O art.6º do citado Código o considera direito fundamental e o art.31 prescreve como deve ser a informação, ou seja: clara, precisa e ostensiva sobre as principais características do produto ou serviço.

⁷ Cláudia Lima Marques, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, cit. p. 223.

⁸ Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin, *Código de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*, 7ª Edição, p. 291.

⁹ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 4ª ed., Ed. Revista dos Tribunais, São Paulo, 2002. P. 121

Trata-se de um dever exigido mesmo antes do início de qualquer relação. A informação passou a ser componente necessário do produto e do serviço, que não podem ser oferecidos no mercado sem ela.

Neste processo, fácil perceber a ofensa do direito à informação, bem como princípio da transparência previsto no art. 4º, da Lei nº 8.078/90, posto que **não inscrito o valor da taxa de administração (ou remuneração da empresa) e/ou percentual do aumento no preço do bem, certamente embutidos no valor total pago, mesmo que parceladamente.**

Note-se que tal omissão, propositada, impede que o consumidor possa *calcular quanto realmente está custando o bem que busca adquirir e quanto paga pelos “serviços”, o que lhe deixa em situação de franca desinformação e, conseqüente, inferioridade na relação de consumo.*

Cite-se, por fim, que em alguns casos não existe sequer a indicação expressa em contrato do valor da prestação a ser adimplida.

Posto isso, não restam dúvidas de que os contratos da empresa são desprovidos de informações suficientes e adequadas, o que viola direitos básicos do consumidor.

10. DO CRIME CONTRA A ECONOMIA POPULAR

Digno de nota, ainda, que o procedimento de “Venda Premiada” enseja efeitos, inclusive, na Seara Criminal, por corresponder a crime tipificado na Lei nº 1.521/51, que trata dos crimes contra a economia popular.

Neste diapasão, compreende o Superior Tribunal de Justiça:

PENAL. CONFLITO DE COMPETÊNCIA. INQUÉRITO POLICIAL. COMPRA PREMIADA. INEXISTÊNCIA DE CRIME CONTRA O SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL. PREJUÍZO SUPORTADO POR PARTICULARES. COMPETÊNCIA DA JUSTIÇA ESTADUAL. 1. As operações denominadas *compra premiada* ou *venda premiada* – caracterizadas pela promessa de aquisição de bens, mediante formação de grupos, com pagamentos de contribuições mensais e sorteios, cujos contemplados ficam exonerados de adimplir as parcelas restantes – não constituem atividades financeiras para fins de incidência da Lei n. 7.492/1986. 2. Embora a prática não configure crime contra o Sistema Financeiro Nacional, o eventual dano causado a particulares pode ser tipificado como crime de estelionato, de competência da Justiça estadual. 3. Conflito conhecido para declarar a competência do Juízo de Direito da 1ª Vara de Balsas/MA, o suscitado. (Conflito de Competência nº 121.146 -MA – 2012/0031780-3)

11. DA DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA

A personalidade jurídica das empresas foi criada para dar segurança jurídica aos investidores, a fim de assegurar que, se a atividade pretendida não prosperar, somente o capital aplicado será perdido, garantindo ao investidor que, em condições normais,

somente o patrimônio social da empresa responderá pelo prejuízo, mesmo que ao final este seja superior ao capital social.

Evidentemente que as pessoas físicas não poderão se esconder “atrás do véu” da pessoa jurídica, para evitar que seus bens sejam constrictos sob o argumento da autonomia entre a sociedade e seus sócios.

Na situação tratada, a empresa foi utilizada para fraudar a economia popular em benefício das pessoas físicas diretamente envolvidas na sociedade, na medida em que a personalidade jurídica obstará o ressarcimento da multidão de prejudicados se restrito ao seu patrimônio.

O Código de Defesa do Consumidor prevê a possibilidade da desconsideração da personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do cliente, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito, violação dos estatutos ou contrato social, ou quando a personalidade jurídica for obstáculo ao ressarcimento dos prejuízos causados aos consumidores.

Senão vejamos:

Art. 28. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.

§ 5º Também poderá ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.

Neste sentido, o Superior Tribunal de Justiça:

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE RESOLUÇÃO DE CONTRATO DE PROMESSA DE COMPRA E VENDA DE IMÓVEL PROPOSTA CONTRA A CONSTRUTORA E SEUS SÓCIOS. DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA. ART. 28, CAPUT E § 5º DO CDC. PREJUÍZO A CONSUMIDORES. INATIVIDADE DA EMPRESA POR MÁ ADMINISTRAÇÃO. 1. Ação de resolução de contrato de promessa de compra e venda de imóvel movida contra a construtora e seus sócios. 2. Reconhecimento pelas instâncias ordinárias de que, em detrimento das consumidoras demandantes, houve inatividade da pessoa jurídica, decorrente da má administração, circunstância apta, de per si, a ensejar a desconsideração, com fundamento no art. 28 caput, do CDC. 3. No contexto das relações de consumo, em atenção ao art. 28, §5º do CDC, os credores não negociais da pessoa jurídica podem ter acesso ao patrimônio dos sócios, mediante a aplicação da disregard doctrine, bastando a caracterização da dificuldade de reparação dos prejuízos sofridos em face da insolvência da sociedade empresária. 4. Precedente específico desta Corte acerca do tema (REsp. nº 279.273/SP, Rel. Min. ARI PARGENDLER, Rel. p/ Acórdão Min. NANCY ANDRIGHI, Terceira Turma, DJ de 29.03.2004). 5. RECURSO ESPECIAL CONHECIDO E PROVIDO. (STJ – REsp – 737000 MG – Rel. Min. Paulo de Tarso – Julg. 01/09/11)

“(…) Provada a existência de fraude, é inteiramente aplicável a Teoria da Desconsideração da Personalidade Jurídica a fim de resguardar os interesses dos credores prejudicados.” (STJ – REsp. 211619/SP – DJ 23/04/01 – Rel. Min. Eduardo Ribeiro – Rel. P/ Acórdão Min. Waldemar Zveiter) (grifos inclusos)

Portanto, constatada infração à lei e também abuso de direito da requerida, a desconsideração da personalidade jurídica é medida que se impõe, com base no artigo 28 da Lei nº 8.078/90, devendo a constrição de bens alcançar o réu e todos os seus sócios constantes do contrato social.

Imprescindível consignar que, em razão da desconsideração da personalidade jurídica se dar pela ilegalidade da atividade desenvolvida, mesmo os bens adquiridos de forma lícita pelos sócios devem responder pelo prejuízo causado

Por estes motivos, o Ministério Público do Estado, a fim de assegurar o ressarcimento dos valores pagos pelos consumidores, requer a desconsideração da personalidade jurídica, para que, além dos bens pertencentes à empresa, os bens pessoais das pessoas citadas na ação entrem também como garantia na devolução.

12. DO DANO MORAL COLETIVO

Cabe acrescentar que a conduta do Réu engendra verdadeiro dano moral coletivo. O Ministro LUIZ FUX assim delineia o conceito do instituto, em voto proferido por ocasião do julgamento de caso relacionado ao direito ambiental, mas aplicável, pelos seus fundamentos, ao sistema de proteção ao consumidor:

(...) consecutivamente, o reconhecimento do dano moral ambiental não está umbilicalmente ligado à repercussão física no meio ambiente, mas, ao revés, relacionado à transgressão do sentimento coletivo, consubstanciado no sofrimento da comunidade, ou do grupo social, diante de determinada lesão ambiental. (Resp 598281/MG, Rel. Ministro LUIZ FUX, Rel. p/ Acórdão Ministro TEORI ALBINO ZAVASCKI, PRIMEIRA TURMA, julgado em 02.05.2006, DJ 01.06.2006 p. 147, gn). (grifou-se)

O demandado, prevalecendo-se da fraqueza e ignorância dos consumidores, persevera na obtenção de lucratividade indevida, às custas da violação de direitos da coletividade, de valores imateriais da cultura nacional e da infração da Ordem Econômica.

Neste sentido, traz-se à colação a lição de CARLOS ALBERTO BITTAR FILHO:

(...) chega-se à conclusão de que o dano moral 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 isso dizer, em última instância, que se feriu a própria cultura, em seu

aspecto imaterial. Tal como se dá na seara do dano moral individual, aqui também não há que se cogitar de prova da culpa, devendo-se responsabilizar o agente pelo simples fato da violação (damnum in re ipsa).¹⁰ (grifado)

Cabe salientar, ainda, que o valor da condenação deve ter caráter punitivo e pedagógico, desestimulando a reiteração de condutas ilícitas similares. Neste diapasão, vale transcrever os seguintes arestos do Colendo Superior Tribunal de Justiça:

PROCESSUAL CIVIL. RECURSO ESPECIAL. RESPONSABILIDADE CIVIL DO ESTADO. DANOS MORAIS. SUPOSTA VIOLAÇÃO DOS ARTS. 70, III, E 269, IV, DO CPC, E 56 DA LEI 5.250/67. NÃO-OCORRÊNCIA. INDENIZAÇÃO. VALOR EXORBITANTE E DESPROPORCIONAL. REVISÃO. POSSIBILIDADE. INAPLICABILIDADE DA SÚMULA 7/STJ. PRECEDENTES DO STJ. PARCIAL PROVIMENTO. (...) 6. A indenização por dano moral deve ter conteúdo didático, de modo a coibir a reincidência do causador do dano, sem, contudo, proporcionar enriquecimento sem causa à vítima. (REsp 521.434/TO, Rel. Ministra DENISE ARRUDA, PRIMEIRA TURMA, julgado em 04.04.2006, DJ 08.06.2006 p. 120). (grifo nosso)

DANO MORAL. REPARAÇÃO. CRITÉRIOS PARA FIXAÇÃO DO VALOR. CONDENAÇÃO ANTERIOR, EM QUANTIA MENOR. Na fixação do valor da condenação por dano moral, deve o julgador atender a certos critérios, tais como nível cultural do causador do dano; condição socioeconômica do ofensor e do ofendido; intensidade do dolo ou grau da culpa (se for o caso) do autor da ofensa; efeitos do dano no psiquismo do ofendido e as repercussões do fato na comunidade em que vive a vítima. Ademais, a reparação deve ter fim também pedagógico, de modo a desestimular a prática de outros ilícitos similares, sem que sirva, entretanto, a condenação de contributo a enriquecimentos injustificáveis.(...) (REsp 355.392/RJ, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, Rel. p/ Acórdão Ministro CASTRO FILHO, TERCEIRA TURMA, julgado em 26.03.2002, DJ 17.06.2002 p. 258). (grifos somados)

13. DA ANTECIPAÇÃO DE TUTELA

À vista dos argumentos já até aqui levantados, o *fumus boni iuris* deduz-se da flagrante ilegalidade do sistema de “Venda Premiada”, que inevitavelmente irá ocasionar prejuízos à coletividade de consumidores, que não serão ressarcidos em função de eventual evasão dos requeridos.

O *periculum in mora* é observado na imediata necessidade de impedir a realização de novos contratos, o que pode continuar a lesar mais consumidores, de modo a não se poder aguardar o definitivo julgamento da lide, impedindo-se que os mesmos continuem expostos a danos muitas vezes irreparáveis ou, pelo menos, de difícil reparação, visto a

¹⁰ BITTAR FILHO, Carlos Alberto. **Do dano moral coletivo no atual contexto jurídico brasileiro**. Jus Navigandi, Teresina, ano 10, n. 559, 17 jan. 2005. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/6183>>. Acesso em: 25 fev. 2012.

possibilidade dos réus desfazerem-se de seu acervo patrimonial, transferindo-o a terceiros, por exemplo, excluindo-se dos efeitos da futura procedência do pleito ressarcitório.

Tendo em vista o tempo decorrido com a regular tramitação do processo, a decisão final e definitiva da presente ação pode demorar alguns anos, acarretando sensível prejuízo aos consumidores que já efetuaram contratos com o réu..

Portanto, deve ser imposto, liminarmente, o dever jurídico de abstenção de celebração de novos contratos de compra premiada. Deve-se, para garantir o pagamento das avenças já celebradas, efetivar a constrição de todos os valores e bens em nome da empresa e de seus proprietários.

Ademais, estabelece o § 3º do art. 84 do Código de Defesa do Consumidor que “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”.

Firme no exposto, o Ministério Público do Estado do Piauí requer a concessão, inaudita altera pars, da antecipação dos efeitos da tutela de forma liminar, consubstanciada, principalmente, em condenação na obrigação de não fazer abstendo-se a empresa de realizar novos contratos de compra premiadas, bem como no bloqueio de todo e qualquer valor ou bem em nome da empresa e de seus proprietários.

14. DOS PEDIDOS

14.1 – DOS PEDIDOS LIMINARES

Por todo o exposto, requer e postula o Ministério Público do Estado do Piauí, liminarmente e sem a oitiva da parte contrária:

I) seja determinada a imediata suspensão da atividade comercial da empresa, com a consequente abstenção da realização de novos contratos de “Venda Premiada”; sob pena de incidência de multa por contrato assinado, no valor de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) cada, corrigida monetariamente, a ser recolhida ao Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, previsto no art. 13 da Lei nº 7.347/85, sem prejuízo da adoção de outras medidas coercitivas que se façam necessárias para garantir o cumprimento específico da obrigação;

II) seja determinada a abstenção da veiculação de qualquer tipo de propaganda comercial (rádio, televisão, jornal, sítio da internet, carros de som, outdoors, etc.), sob pena de incidência de multa diária;

III) a apresentação da relação de todos os contratantes contemplados e ainda não contemplados, juntamente com os respectivos demonstrativos dos valores pagos por cada consumidor;

IV) seja determinada a desconsideração da personalidade jurídica da requerida, passando os sócios e/ou proprietários acima qualificados a responderem pela presente ação;

V) seja declarada a indisponibilidade de todos os bens dos requeridos, para efeito de impedir atos de disposição dos mesmos, no valor aproximado de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), sem prejuízo de sua majoração ou diminuição, para fins de futura reparação de eventuais danos causados aos consumidores contratantes.

A fim de dar concretude e eficácia de tal medida, peticiona-se ainda:

a) sejam requisitadas à Receita Federal as declarações do Imposto de Renda dos réus mencionados, desde o ano calendário de 2008 até 2013.

b) sejam oficiados os cartórios de Registro de imóveis do município de Teresina, noticiando sobre a medida adotada e requisitando dados sobre eventuais imóveis registrados em nome dos réus, determinando a averbação da indisponibilidade nos registros existentes em nome dos mesmos.;

c) seja oficiado o Departamento de Trânsito do Estado do Piauí, noticiando sobre a medida adotada e requisitando dados sobre os veículos eventualmente registrados em nome dos réus, determinando a averbação da indisponibilidade nos registros de veículos identificados em nome dos mesmos;

d) seja determinado o bloqueio, pelo sistema BACEN-JUD, dos recursos encontrados nas contas bancárias existentes em nome dos réus, até o montante do prejuízo econômico causado aos consumidores;

e) sejam realizadas as referidas consultas e informados os bens registrados em nome dos réus, bem como os valores porventura havidos nas respectivas contas bancárias, devendo também ser determinada a averbação da indisponibilidade de bens e bloqueio de valores até o limite da integral satisfação do débito imputado;

14.2 – DOS PEDIDOS PRINCIPAIS

Requer e postula ainda:

I) a confirmação dos pleitos liminares *supra*, nos termos acima transcritos;

II) a citação dos réus para que, querendo, apresentarem contestação, sob pena de revelia;

III) sejam considerados nulos de pleno direito todos contratos que possuam sistemática de “Venda Premiada”;

IV) a condenação dos réus a ressarcirem integralmente os valores pagos, monetariamente corrigidos, aos consumidores que ainda não receberam os bens objetos de seus contratos, considerando-se nulo qualquer acordo para devolução a menor;

V) a publicação de edital no órgão oficial, a fim de que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes, nos termos do art. 94 da Lei nº 8.078/90, com ampla divulgação pelos meios de comunicação social;

VI) a condenação dos réus à obrigação de fazer consistente na publicação, em periódico de circulação regional, da sentença deste Ação Civil Pública, para efetividade do ato, possibilitando acorrer ao feito outros consumidores lesados;

VII) sejam a liquidação e a sentença promovidas pelas vítimas, nos moldes do regramento do art. 97 do CDC. Na hipótese de decurso do prazo de um ano sem habilitação de interessados em número compatível com a gravidade do dano, o Ministério Público Estadual promoverá a execução da indenização devida, como previsto no art. 100 da Lei Consumista, a ser recolhida ao Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, consoante art. 13 da Lei nº 7.347/85;

VIII) sujeição dos réus, em caso de violação das condenações impostas, a multa cominatória por contrato assinado, valor de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) cada, corrigida monetariamente, a ser recolhida ao Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, previsto no art. 13 da Lei nº 7.347/85, sem prejuízo da adoção de outras medidas coercitivas que se façam necessárias para garantir o cumprimento específico da obrigação;

IX) sejam os réus condenados a indenizar, da forma mais ampla e completa possível, os danos materiais e morais causados aos consumidores individualmente considerados, em consequência dos fatos narrados na presente inicial;

X) a condenação em repararem os danos materiais e morais porventura causados aos consumidores, considerados em sentido coletivo, a ser arbitrado por este Juízo e revertido para o Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, mencionado no art. 13 da Lei nº 7.347/85;

XI) a condenação dos réus ao pagamento de todas as custas processuais, ônus da sucumbência e honorários advocatícios, com as devidas atualizações monetárias;

XII) a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos pelo autor, desde logo, em face do previsto no artigo 18 da Lei nº 7.347/85 e no art. 87 da Lei nº 8.078/90;

XIII) sejam as intimações do autor feitas pessoalmente, mediante entrega dos autos nesta Promotoria, em razão do disposto no art. 236, § 2º, do Código de Processo Civil.

Protesta, ainda, *pelo benefício* previsto no art. 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor, no que tange à *inversão do ônus da prova, em favor da coletividade de consumidores substituída pelo Autor, devendo Vossa Excelência manifestar-se liminarmente*.

sobre a sua concessão por se tratar de regra de instrução, conforme entendimento do Superior Tribunal de Justiça.

Protesta o Ministério Público Estadual, nos termos do artigo 332 do Código de Processo Civil, pela produção de todas as provas que se fizerem necessárias no decorrer do processo, notadamente a documental, sob pena de confissão.

Dá-se a esta causa o valor de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

De tudo pede Deferimento.

Teresina, 06 de agosto de 2013.

Dr. CLEANDRO ALVES DE MOURA
Promotor de Justiça
Coordenador Geral PROCON/MP-PI