



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON
Rua Álvaro Mendes, nº2294, Centro, Teresina-PI, CEP.: 64.000-060

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº189/2013

REFERENTE À F.A.: 0112-003.569-8

RECLAMANTE – HELDEMA KELLY DE OLIVEIRA AQUINO

RECLAMADO – EDITORA BOLINA BRASIL LTDA

PARECER

Trata-se de Processo Administrativo instaurado pelo PROCON ESTADUAL, órgão integrante do Ministério Público do Piauí, nos termos da Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), e art. 33 e seguintes do Decreto Federal 2.181/97, visando apurar possível prática infrativa às relações de consumo por parte do fornecedor **EDITORA BOLINA BRASIL LTDA** em desfavor de **HELDEMA KELLY DE OLIVEIRA AQUINO**.

I – RELATÓRIO

Em reclamação deflagrada perante este Órgão de Proteção e Defesa do Consumidor em 25/01/2013, a Reclamante aduziu que em 11/08/2012 firmou contrato com a Reclamada referente à assinatura de revista “Nursing” pelo período de um ano mediante seis contraprestações mensais de R\$62,00 (sessenta e dois reais) através de cartão de crédito. Aduz que tais revistas possuíam periodicidade mensal. Todavia, em que pese seu regular adimplemento, a partir de dezembro/2012 a Requerida passou a

não mais enviar os produtos contratados.

Diante do acima exposto, solicitou a consumidora, com amparo no Código de Defesa do Consumidor, o cumprimento da oferta nos termos da publicidade veiculada ou o ressarcimento proporcional das importâncias pagas.

Em audiência conciliatória realizada neste órgão em 21/03/2013 foi reiterado pela consumidora os termos da Notificação de Audiência anexa às fls.03, encontra partida, pelo preposto da empresa Editora Bolina, foi informado que sua empresa deixou de produzir as revistas contratadas pela consumidora desde o mês de janeiro/2013 e que dessa forma não teria como enviar as revistas à autora. Propôs, assim, a entrega à autora de CD com 130 edições passadas visto não ter proposta de restituição proporcional de valores e restar impossível o cumprimento à oferta.

Diante da impossibilidade de composição amigável entre as partes, visto que a proposta da fornecedora não foi aceita pela consumidora, a mesma foi encaminhada ao Juizado Especial Cível.

Às fls. 22, a Reclamação atinente à EDITORA BOLINA BRASIL LTDA classificada por este Órgão como FUNDAMENTADA NÃO ATENDIDA e determinada a inclusão no cadastro de que trata o art.44 do CDC e art.57 e seguintes do Decreto 2.181/97, inscrevendo-se o nome do Reclamado no cadastro supracitado.

Determinou-se em audiência a instauração do presente Processo Administrativo para se averiguar a existência de perpetração infrativa ao CDC no que diz respeito ao descumprimento à oferta e pelo não atendimento do pleito do autor, conforme opção previamente realizada. Notificado o fornecedor no mesmo ato, este não apresentou qualquer defesa administrativa.

Sendo o que havia a relatar, passo a manifestação.

II – FUNDAMENTAÇÃO

No trato das relações de consumo, inicialmente impera obtemperar que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor estabelece normas de ordem pública e interesse social com vistas à proteção e defesa do consumidor. Assim, 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 notadamente 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.

Neste diapasão, sedimenta o Professor RIZZATTO NUNES (*Curso de Direto do Consumidor*. 4. Ed. Saraiva: São Paulo, 2009, p. 129):

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.

A Insigne Professora CLÁUDIA LIMA MARQUES (*Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, Revista dos Tribunais. 3. ed, p. 148/149), 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.”²
(grifado)

Como relatado anteriormente, em razão da vulnerabilidade técnica e informacional que cerca os consumidores, que faz com que estes, muitas vezes, ao adquirem produtos/serviços não possuam conhecimentos técnicos acerca do que está sendo adquirido, impõem-se aos fornecedores, como corolário ao princípio da boa-fé e da transparência, que no desenvolvimento das relações de consumo, o consumidor seja previamente informado de todas as características que reveste o negócio, com discriminação correta acerca do modo de seu funcionamento/desenrolar, ônus, responsabilidades das partes, eventuais limitações e outros.

Buscando assegurar maior proteção e permitir um cenário mais igualitário nas contratações entre sujeitos ocupantes de posições tão discrepantes, como o são as

dos consumidores e fornecedores, o legislador ordinário fez inserir no art.6º do diploma Consumerista uma importante lista de direitos básicos e fundamentais que deverão ser observados.

No caso em apreço, ganha destaque o direito a informação adequada e clara, a proteção contra publicidade enganosa, bem como a efetiva proteção e reparação de danos patrimoniais e morais:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III – a informação adequada e clara sobre diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, quantidade e preço, bem como sobre os riscos que apresente;

IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

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

No caso *sub examine*, impera-se desde logo fixar que o cerne da questão reside em se apurar a responsabilidade da empresa Editora Bolina Brasil Ltda no que concerne ao descumprimento à oferta (contrato) posto que firmou com a autora contrato pelo prazo determinado de um ano e por circunstâncias outras que não constam no presente processo, deixou de produzir o material que deveria ser entregue e nem ao menos informou, previamente, à contratante deste fato, não se dispondo após ser demandada em restituir proporcionalmente a importância paga.

Neste momento e para melhor se aclarar a ocorrência do descumprimento contratual e consequente publicidade enganosa, impera asseverar que no termo de adesão assinado pela autora (Contrato de Assinaturas de nº318017), anexo às fls.05, não consta qualquer observação acerca da possibilidade do material comercializado deixar de ser produzido e quais garantias teria o consumidor acaso uma situação destas ocorresse.

Ora, conforme se vislumbra, através da publicidade veiculada, a reclamante foi atraída pela Demandada por um de seus vendedores para contratar assinatura de revistas impressas e atualizadas a partir da data da contratação por preço certo e definido, contudo teve a prestação do serviço interrompida sem qualquer aviso prévio. Logo, teve o seu direito totalmente desrespeitado.

Inicialmente, necessário se faz mencionar que a defesa do consumidor, em

função das publicidades e propagandas veiculadas no mercado, possui íntima relação com suas proibições, quando realizadas de forma enganosas ou abusivas. Por sua vez, a lei, além de estabelecer como princípio a força obrigatória da policitação, daí advindo a sua irrevogabilidade durante o prazo fixado pelo anunciante ou outro razoável, ainda impõe um dever genérico à informação, acompanhado de outros mais específicos.

Na abalizada lição de PONTES DE MIRANDA (*Tratado de direito privado – Parte especial*. Rio de Janeiro: Borsoi, 1971, p. 71), “se a promessa é vinculativa por si só, ou se é vinculativa e geradora de pretensões e ações, responde o sistema jurídico”.

Assim, não seria diferente o Código de Defesa do Consumidor, que, em seu art. 30, dispõe:

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

O dispositivo legal supratranscrito dá caráter vinculante à informação e à publicidade – andou bem o legislador ao separar as duas modalidades de manifestação do fornecedor, considerando que aquela é mais ampla do que esta. Por informação, quis o CDC, no artigo 30, incluir todo tipo de manifestação do fornecedor que não seja considerado anúncio, mas que, mesmo assim, sirva para induzir o consentimento do consumidor. Aí estão incluídas as informações prestadas por representantes do fornecedor ou por ele próprio.

Oportuno frisar que a informação integra a oferta e esta cria um vínculo entre fornecedor e consumidor. Nesse sentido segue a interpretação do professor Leonardo de Medeiros Garcia sobre o artigo supracitado:

Segundo o artigo, a “informação” e a “publicidade” integram o termo “oferta”. A oferta é um veículo que transmite uma mensagem, incluindo informação e publicidade. O fornecedor é o emissor da mensagem e o consumidor é o seu receptor.

Toda publicidade veicula alguma forma de informação, mas nem toda informação é publicidade. **A informação é mais ampla. Exemplificando, a reposta do gerente do banco ou o preço dado pelo feirante “de boca” são informações suficientes para vincular o fornecedor, mas não são consideradas publicidade.**

(...)

A oferta, por si só, já é suficiente para criar um vínculo entre fornecedor e consumidor, surgindo uma obrigação pré-contratual, devendo o fornecedor cumpri-la nos exatos termos anunciados, vinculando-o contratualmente (princípio da vinculação contratual da publicidade).

A lei consumerista preceitua em seu artigo 31, características intrínsecas à oferta:

Art. 31 – A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas, e em linguagem portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazo de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Segundo a doutrina, oferta é a etapa que antecede os contratos, ou seja, o conjunto de esforços, informações e práticas adotadas pelo fornecedor para que o consumidor com ele contrate. Isto decorre logicamente de sua função essencial: *apresentar uma proposta de contratação aos consumidores sugerindo o preço*, destacando qualidades dos produtos e serviços, promoções, e demais recursos atrativos que apenas os convidam para consumir.

Logo, verifica-se que o fornecedor, através da oferta, deve-se portar no sentido de cumprir os deveres de lealdade, proteção, informação, confiança e cooperação, devendo sobremaneira respeitar a oferta.

Insta referir que o anunciante não poderá recusar cumprimento à oferta publicitária, mesmo que, posteriormente à sua divulgação, observe “erro”, atribuível a si próprio ou a terceiro que atue em seu nome, posto que nestas circunstâncias não se está se referindo a erro no seu sentido técnico jurídico e sim à hipótese de equívoco.

Ademais, assim como o é aplicável aos acidentes de consumo, a responsabilidade civil objetiva também é aplicada ao tema publicidades, estando presente sem dúvida alguma nos art.30 e 35 do CDC, pois o texto em nada alude à culpa do anunciante.

Como explicitado alhures, no Direito do Consumidor busca-se a reparação integral do dano, seja ele patrimonial ou moral, não sendo a publicidade exceção a esta regra.

Nessa feita, o legislador ordinário não se olvidou de casos como o ora apreciado e fez inserir no art.30 do Diploma Consumerista, conforme transcrito acima,

que toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado. Sendo assim, em casos de descumprimento às normas fixadas neste dispositivo legal poderá o consumidor recorrer às alternativas prevista no art.35 daquele Diploma.

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

Conforme se observa da prescrição legal acima transcrita, a escolha por uma das alternativas postas caberá ao consumidor, que deverá estar livre para fazer sua opção. Ademais, o consumidor não restará prejudicado, haja vista que seja qual for sua opção também poderá ter acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados.

No caso atual, o reclamante requereu o cumprimento à oferta mediante a entrega dos exemplares de revistas contratados ou o ressarcimento proporcional das importâncias pagas por meio de cartão de crédito.

Todavia, na audiência conciliatória aqui realizada a Demandada limitou-se a informar que não possuía condições de entregar os exemplares pelo prazo pactuado visto que a sua produção havia cessado e apresentou proposta alternativa a esta, mediante a entrega de CD com publicação passadas.

Ora, como se afere da análise do Diploma Consumerista, em que pese o mesmo prevê a aceitação de outro produto ou a prestação de serviço equivalente, a escolha caberá ao consumidor, o qual estará livre para optar e não precisar apresentar qualquer justificativa para tanto.

Como se infere dos autos, a Reclamante não aceitou a proposta inicialmente feita, não sendo nenhuma outra apresentada pelo Fornecedor, restando, portanto, impossível conciliação entre as partes e o atendimento da pretensão deduzida.

III – CONCLUSÃO

Em vista ao exposto, resulta em indubitosa a necessidade de imputar penalidade de multa à empresa **EDITORA BOLINA BRASIL LTDA**, em decorrência da infração perpetrada ao art.6, III, IV e 30,31, e 35, I e III do Código de Defesa do Consumidor.

É o parecer, que passo à apreciação superior.

Teresina, 07 de Maio de 2014.

Lívia Janaína Monção Leódido
Técnico Ministerial – Matrícula 146
Assessor Jurídico
PROCON/MP/PI



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON
Rua Álvaro Mendes, nº2294, Centro, Teresina-PI, CEP.: 64.000-060

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº189/2013

REFERENTE À F.A.: 0112-003.569-8

RECLAMANTE – HELDEMA KELLY DE OLIVEIRA AQUINO

RECLAMADO – EDITORA BOLINA BRASIL LTDA

DECISÃO

Analisando-se com percuência e acuidade os autos em apareço, verifica-se indubitável infração ao artigo 6, III, IV e 30,31, e 35, I e III do Código de Defesa do Consumidor, perpetrada pelo fornecedor **EDITORA BOLINA BRASIL LTDA** razão pela qual acolho o parecer emitido pelo M.D. Técnico Ministerial, impondo-se, pois, a correspondente aplicação de multa, a qual passo a dosar.

Passo, pois, a aplicar a sanção administrativa, sendo observados os critérios estatuídos pelos artigos 24 a 28 do Decreto 2.181/97, que dispõe sobre os critérios de fixação dos valores das penas de multa por infração ao Código de Defesa do Consumidor.

A fixação dos valores das multas nas infrações ao Código de Defesa do Consumidor dentro dos limites legais (art. 57, parágrafo único da Lei nº 8.078, de 11/09/90), será feito de acordo com a gravidade da infração, vantagem auferida e condição econômica do fornecedor.

Diante disso, fixo a multa base no montante de **R\$ 4.000,00 (quatro mil reais)**.

Considerando a existência de circunstância atenuante contida no artigo 25, inciso II do Decreto 2.181/1197 visto ser o infrator primário e considerando a existência circunstância agravante contida no art. 26, IV do já citado Decreto, por conta de ter deixado o infrator, ao tomar conhecimento do ato lesivo, de tomar as providências para evitar ou mitigar suas consequências, mantenho o *quantum* da condenação inicialmente aplicado haja vista que uma circunstância atenuante exclui uma circunstância agravante,

permanecendo, portanto, no patamar de **R\$ 4.000,00 (quatro mil reais)**.

Para aplicação da pena de multa, observou-se ao disposto no art. 24, I e II do Decreto 2181/97.

Pelo exposto, torno a pena multa fixa e definitiva no valor de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais).

Isso posto, determino:

- A notificação do fornecedor infrator **EDITORA BOLINA BRASIL LTDA**, na forma legal, para recolher, à conta nº 1.588-9, agência nº 0029, operação 06, Caixa Econômica Federal, em nome do Ministério Público do Estado do Piauí, o valor da multa arbitrada, correspondente a de **R\$ 4.000,00 (quatro mil reais)**, a ser aplicada com redutor de 50% para pagamento sem recurso e no prazo deste, ou apresentar recurso, no prazo de 15 (quinze) dias, a contar de sua notificação, na forma do art. 24, da Lei Complementar Estadual nº 036/2004;

- Na ausência de recurso ou após o seu improvimento, caso o valor da multa não tenha sido pago no prazo de 30 (trinta) dias, a inscrição do débito em dívida ativa pelo PROCON Estadual, para posterior cobrança, com juros, correção monetária e os demais acréscimos legais, na forma do *caput* do artigo 55 do Decreto 2181/97;

- Após o trânsito em julgado desta decisão, a inscrição do nome dos infratores no cadastro de Fornecedores do PROCON Estadual, nos termos do *caput* do art. 44 da Lei 8.078/90 e inciso II do art. 58 do Decreto 2.181/97.

Teresina, 07 de Maio de 2014.

CLEANDRO ALVES DE MOURA

Promotor de Justiça

Coordenador Geral do PROCON/MP/PI