

EXMO. SR. DR. JUIZ DE DIREITO DA VARA EMPRESARIAL DA COMARCA DA CAPITAL DO RIO DE JANEIRO

REF.: PROCEDIMENTO N° 039/2006

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, no uso de suas atribuições legais, por meio da presente e do Promotor de Justiça subscrito, vem propor

AÇÃO CIVIL PÚBLICA
com pedido liminar

em face de **TV SKY SHOP S.A. (shoptime)**, pessoa jurídica de direito privado, com CNPJ n° 00.776.574/0001-56, com sede na Av. Embaixador Bernardo Bueno, n° 2001, blocos 3, 4 (parte), 5 e 6 (parte), Barra da Tijuca, Rio de Janeiro/RJ, pelas razões de fato e de direito que passa a expor:

PRELIMINARMENTE

O MINISTÉRIO PÚBLICO possui legitimidade para a propositura de ações em defesa dos direitos transindividuais dos consumidores, *ex vi* do art. 81, parágrafo único, II e III c/c art. 82, I da lei n° 8.078/90. Ainda mais em hipóteses como a vertente, em que o número de lesados é extremamente expressivo e se encontra disperso, dificultando a defesa dos respectivos direitos individuais.

Constata-se, ainda, que os valores em jogo são relevantes, já que os serviços prestados pela empresa-ré abrangem um número ingente de consumidores, revelando, por conseguinte, o interesse social que justifica a atuação do Ministério Público.

Neste sentido, podem ser citados vários acórdãos do E. Superior Tribunal de Justiça, entre os quais:

“PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO COLETIVA. DIREITOS COLETIVOS, INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS E DIFUSOS. MINISTÉRIO PÚBLICO. LEGITIMIDADE. JURISPRUDÊNCIA. AGRAVO DESPROVIDO.

O Ministério Público é parte legítima para ajuizar ação coletiva de proteção ao consumidor, inclusive para tutela de interesses e direitos coletivos e individuais homogêneos. (AGA 2523686/SP, 4ª Turma, DJ 05/06/2000, pág. 176)”

A Instituição autora, neste mister, atua no exercício que lhe confere o Título IV, Capítulo IV, Seção I, da Carta Constitucional de 1988, mais precisamente do inciso III, do art. 129, onde *"são funções institucionais do Ministério Público (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"*.

Na esteira desse dispositivo citado, o artigo 25, inciso IV, alínea "a", da Lei Federal 8.625/93 - Lei Orgânica Nacional do Ministério Público - estatui que, *"além das funções previstas nas Constituições Federal e Estadual, na Lei Orgânica e em outras leis, incumbe, ainda, ao Ministério Público (...) promover o inquérito civil e ação civil pública (...) para a proteção, a prevenção e a reparação dos danos causados ao patrimônio público e social, ao meio ambiente, ao **consumidor**, aos bens e direitos de valor artístico, e a outros interesses **difusos, coletivos, homogêneos e individuais indisponíveis**"* (grifei).

A Lei n. ° 7.347/85 (LACP) atribui legitimidade ao Ministério Público para o ajuizamento de ação civil pública para a prevenção ou reparação dos danos causados ao consumidor, em decorrência de violação de **interesses ou direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos** (v. artigos 1º, 3º, 5º, "caput", e 21).

A Lei n. ° 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) atribui ao Ministério Público legitimação para a defesa coletiva dos interesses ou direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos do consumidor, com fulcro no artigo 82, inciso I, c/c o artigo 81, parágrafo único, incisos I e II.

DOS FATOS

A empresa-ré, que também atende pelo nome de fantasia SHOPTIME, na qualidade de empresa fornecedora de bens de consumo via INTERNET e via telefone, não vem arcando com o anunciado em seu sítio eletrônico e em meios de comunicação de massa, como a televisão, eis a existência de reclamações variadas – até oriundas de outros estados da federação, conforme se pode ver do procedimento em anexo – no sentido de que não entrega as mercadorias efetivamente adquiridas pelos consumidores ou, quando o faz, os entrega com defeito, recusando-se a se responsabilizar pela troca do produto.

DAS PRÁTICAS ABUSIVAS

Há que se dizer que ao não cumprir com o efetivamente anunciado, o réu viola direito básico do consumidor, eis que tal fato se constitui em verdadeira propaganda enganosa, além de representar inadimplemento seu relativo ao contrato de compra e venda do bem de consumo por este adquirido.

Assim, temos a citar inicialmente o art. 6º, IV da lei nº 8.078/90 que estabelece, *verbis*:

“Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

.....
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;”

Tal fato representa, também, prática abusiva levada a cabo pelo réu, conforme se vê do art. 39, IV e V da lei nº 8.078/90, *verbis*:

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

.....
IV – prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos e serviços;

V – exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;”

Ademais, cite-se que toda a informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos oferecidos ou apresentados obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado, na forma do que dispõe o art. 30 da lei nº 8.078/90, razão pela qual não há como se eximir a empresa ré do cumprimento daquilo que anunciou, obrigando-se, destarte, a entregar o bem efetivamente negociado.

Quando se recusa a sanar qualquer vício ou defeito que apresente o produto, infringe a ré o disposto no art. 18, *caput*, da lei nº 8.078/90, conforme a seguir se verá, *verbis*:

“Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis e não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou de quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhe diminuam o valor, assim

como por aqueles decorrentes de disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

DO DIREITO

Destarte, em se verificando o não cumprimento de tais obrigações que lhe são impostas pela legislação consumerista ora considerada, temos que compelida deverá ser a empresa ré a cumpri-las.

É de se citar, inicialmente, o que dispõe o art. 35 da lei nº 8.078/90, *verbis*:

“Art. 35. Se o fornecedor de produtos e 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.

Quanto aos vícios dos produtos vendidos, temos que o § 1º, I, II e III do art. 18 da lei nº 8.078/90 consigna, *verbis*:

“§ 1º. Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente, e à sua escolha:

I – a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III – o abatimento proporcional do preço.”

DA ANTECIPAÇÃO DE TUTELA

È de se deferir a antecipação de tutela no presente processo, a fim de que se coíba a empresa-ré de continuar a praticar no mercado os atos ilícitos que vem cometendo, qual seja, não entrega dos bens que anuncia eletronicamente ou em meios de comunicação e recusa de solucionar o vício ou defeito encontrado no produto adquirido pelo consumidor.

Isto posto, requer-se na melhor forma de direito a concessão da tutela antecipada, a teor do art. 84 do CDC, para o fim de:

- a) se determinar à ré que atenda à demanda dos consumidores, seja entregando num prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas todos os bens de consumo já vendidos a seus consumidores, seja dando fiel e imediato cumprimento a toda oferta, publicidade e/ou apresentação de produtos que veicula nos meios de comunicação, eletronicamente ou por qualquer outra forma, estabelecendo-se multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por descumprimento;
- b) se determinar à ré solucionar, no prazo determinado no § 1º do art. 18 da lei nº 8.078/90, qualquer vício ou defeito que apresentem os produtos que negocia no mercado de consumo, conforme outrora citado.

DO PEDIDO

Ex positis, requer o MINISTÉRIO PÚBLICO:

- 1 – a procedência, em definitivo, dos pedidos formulados na antecipação de tutela acima;
- 2 – a condenação da ré a, quando descumprir qualquer anúncio ou oferta de seus produtos, cumprir com as obrigações correlatas às alternativas do art. 35, I, II e III da lei nº 8.078/90, cuja escolha caberá sempre ao consumidor, sob pena de pagamento de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por descumprimento.
- 3- a condenação da ré a, quando não sanar qualquer vício ou defeito que apresentem os seus produtos, cumprir com as obrigações correlatas às alternativas do art. 18, § 1º, I, II e III da lei nº 8.078/90, cuja escolha caberá sempre ao consumidor, sob pena de pagamento de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por descumprimento;
- 4 – a condenação da ré a ressarcir quaisquer danos morais e/ou materiais advindos das práticas abusivas acima mencionadas, a serem apurados em processo de habilitação pertinente;
- 5 - a citação da ré, por carta precatória, para responder à presente, sob pena de revelia;
- 6 – a publicação de editais, na forma do art. 94 do CDC;
- 7 – a produção de todos os meios de prova admitidos em direito, notadamente, prova testemunhal, depoimento pessoal, prova documental, etc.;
- 8 – a condenação da ré à paga de honorários advocatícios a serem revertidos à Procuradoria Geral do Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, a teor da lei estadual 2.819/97;

Dá-se à causa o valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

Rio de Janeiro, 01 de fevereiro de 2007.