

Exmo. Sr. Dr. Juiz de Direito da  
Comarca da Capital

Vara Empresarial da

**AMERICANAS.COM – reiterado desrespeito aos prazos de entrega de produtos –publicidade enganosa — violação aos princípios da boa-fé e da transparência – 23.696 reclamações no site reclameaqui.com.br – numerosas notícias ao Ministério Público – informação sobre o prazo de entrega subordinada ao cadastro do consumidor, com o fornecimento de seus dados pessoais.**

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO**, por intermédio do Promotor de Justiça que ao final subscreve, vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência, e com fulcro na Lei 7.347/85 e 8.078/90, **ajuizar** a competente

**AÇÃO CIVIL PÚBLICA CONSUMERISTA com pedido de liminar**

em face de **B2W- COMPANHIA GLOBAL DO VAREJO (AMERICANAS.COM)**, inscrita no CNPJ/MF n.º 00.776.574/0001-56, com sede na Rua Henry Ford, número 643, Presidente Altino, Osasco, SP e pelas razões que passa a expor:

#### **Legitimidade do Ministério Público**

O Ministério Público possui legitimidade para propositura de ações em defesa dos direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos, nos termos do art. 81, parágrafo único, I, II e III c/c art. 82, I, da Lei n.º. 8078/90, assim como nos termos do art. 127, caput e art. 129, III da CF, ainda mais em hipóteses como a do caso em tela, em que o número de

lesados é muito expressivo, sendo a matéria de elevada importância. Claro está o interesse social que justifica a atuação do Ministério Público.

Nesse 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 253686/SP, 4a Turma, DJ 05/06/2000, pág. 176).

“ PROCESSO CIVIL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. LEGITIMIDADE ATIVA DO MINISTÉRIO PÚBLICO. DIREITO INDIVIDUAL HOMOGÊNEO. LEGITIMIDADE E INTERESSE PROCESSUAIS CONFIGURADOS.

- **O Ministério Público tem legitimidade processual extraordinária para a propositura de ação civil pública** objetivando a cessação de atividade inquinada de ilegal de captação antecipada de poupança popular, disfarçada de financiamento para compra de linha telefônica.

- **Não é da natureza individual, disponível e divisível que se retira a homogeneidade de interesses individuais homogêneos, mas sim de sua origem comum, violando direitos pertencentes a um número determinado ou determinável de pessoas, ligadas por esta circunstância de fato.**

**Inteligência do art. 81, CDC.**

- Os interesses individuais homogêneos são considerados relevantes por si mesmos, sendo desnecessária a comprovação desta relevância.

Precedentes.

Recurso especial provido.

(REsp 910.192/MG, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 02/02/2010, DJe 24/02/2010). (Grifou-se).”

### **DOS FATOS**

A sociedade empresária ré atua no setor de varejo eletrônico, através da comercialização de produtos diversos por meio do site *WWW.americanas.com*.

Ocorre que foram registradas, junto à ouvidoria do Ministério Público, reiteradas reclamações de consumidores narrando que os produtos adquiridos não são entregues dentro do prazo anunciado pela ré. Vejamos, entre muitas outras:

*“Efetuei a compra de um fogão Mercury Dako na Americanas.com no dia 20/09/2010 (..) Na compra em questão, o prazo venceu ontem e nada do fogão.” (Ouvidoria do Ministério Público, fls. 03).*

*“Noticiante denuncia o site de compras das lojas americanas [www.americanas.com](http://www.americanas.com), por não cumprir com o prazo para entrega de mercadorias. Relata que a empresa informa aos clientes que irá realizar a entrega dos produtos em até 5 dias úteis, sendo que realizou duas compras, uma dia 10/12/2010, para aquisição de um player e outra no dia 15/12/2010, de um Box de seriado de TV e até o momento, 21/12/2010, ainda não efetuaram a entrega dos produtos(...).” ( Ouvidoria do Ministério Público, fls. 05)*

*“(..)Fiz uma compra na americanas.com no dia 06/1 com data de entrega para 31/12 e até agora não recebi. São os presentes de natal do meu filho e sobrinho.(...) ( Ouvidoria do Ministério Público, fls. 08)”*

*“(..) Noticiante relata que adquiriu três produtos no dia 30/11/2010 através do site [www.americanas.com](http://www.americanas.com), sendo que um deles um freezer horizontal (...), o qual não foi entregue até o dia de hoje, 15/12/2010(...) Narra que quando comprou os referidos produtos recebeu mensagem eletrônica no ato de que os mesmos seriam entregues em até cinco dias úteis. (...)” ( Ouvidoria do Ministério Público, fls. 11)*

*“Fiz compra de um celular no dia 1/12 na Americanas.com com previsão inicial de entrega em até 4 dias úteis (até o dia 7/120 . Após o fechamento, confirmação de pagamento etc, deram prazo de entrega para o dia 03/12. No entanto, além de não ter sido entregue em nenhum dos dois prazos, a americanas.com simplesmente não dá satisfação alguma.” ( Ouvidoria do Ministério Público, fls. 15)*

As denúncias com teor semelhante às transcritas se multiplicam.

Mediante consulta ao endereço eletrônico “[Reclame Aqui](http://www.reclameaqui.com.br/)” (<http://www.reclameaqui.com.br/>), reconhecido centro online de reclamações consumeristas, observa-se a

existência de espantosas 23.696 (vinte e três mil seiscentos e noventa e seis) reclamações em face da AMERICANAS.COM.

Para se ter idéia da representatividade do número, a loja virtual do **PONTO FRIO** tem 5.636 reclamações, a do **WAL MART** 6.309 e a do **RICARDO ELETRO** 4.174 no mesmo site. A AMERICANAS.COM é a única, portanto, a ultrapassar, com folga, diga-se de passagem, a casa da dezena de milhares de reclamações.

Entre as milhares de reclamações no [reclameaqui.com.br](http://reclameaqui.com.br), cita-se as seguintes, recentíssimas:

Durante o período de 20/12/2010 a 02/02/2011, estava eu gozando de período de férias, foi então que no dia 21/12/2010 fiz um pedido no site da Americanas.com comprei 3 temporadas de uma série de tv "Supernatural", porem amanhã finaliza as minhas férias de 45dias e eu até a presente data não recebi nenhuma informação por parte da Americanas sobre meu pedido.... informo q a operadora do cartão de crédito já debitou na minha fatura a primeira e segunda parcela do pedido.... gostaria de um respeito maior ao consumidor... Peterson Resende (<http://www.reclameaqui.com.br/1027162/americanas-com-lojas-americanas/pedido-extraviado-sem-informacoes/>).

Fiz a compra de uma "MESA DE PASSAR TOP", a data de entrega prevista era 24/01/2011. Até agora nem enviaram o pedido. Quando pedi a devolução do dinheiro me falaram que não era possível, pois já haviam emitido a nota no dia 20/01/2011 e mandaram-me aguardar o "setor de entregas" entrar em contato. E isso aconteceu das 3 vezes que liguei e, obviamente, não entram em contato. Francamente, não tenho que ser compreensível com a irresponsabilidade deles e a única solução que vejo é entrar com ação judicial. (<http://www.reclameaqui.com.br/1027102/americanas-com-lojas-americanas/comprei-nao-recebi-e-nao-querem-devolver-meu-dinheiro/>).

Sou cliente da americanas.com há um bom tempo e lamentavelmente fui surpreendido com a falta de respeito para a resposta de meus diversos emails e contatos telefonicos(que geram custos) com a central de atendimento (que atendimento?). Comprei em 11/01/11 produtos que deveriam ser entregues em 10 dias uteis e ja se passaram 20dias e ate agora nada de entrega e satisfação do problema pela nao entrega. Cencelei a compra dos produtos , mesmo assim nao obtive retorno. Lamentavel esse tipo de atendimento e nao mais recomendo ou irei comprar da AMERICANAS.COM. Prefiro pagar mais caro e ter respeito no atendimento. (<http://www.reclameaqui.com.br/1027095/americanas-com-lojas-americanas/nao-entrega-do-pedido/>).

Efetuei o pedido de compra no dia 10/12/2010 paguei a vista com prazo de entrega para o dia 28/12/2010 no dia 10/01/2011 recebi um email que meus produtos só estariam disponíveis em Fevereiro optei por cancelar o pedido e em 10 dias uteis devolveriam meu dinheiro, mentira até o momento nao vi a cor do meu dinheiro, a AMERICANAS utiliza a pratica da [editado pelo Reclame Aqui] fica com o dinheiro do consumidor e nao cumpre com os prazos combinados, nunca comprem na americanas paguem um pouco mais caro em outra loja mais caiam fora dessa [editado pelo Reclame

Aqui] chamado AMERICANAS.COM !!! tenho dito.  
(<http://www.reclameaqui.com.br/1027091/americanas-com-lojas-americanas/resarcimento-de-valores-pedido-cancelado/>).

no dia 12/01/2011 comprei uma lavadora de alta pressão e um jogo de porcelana para dar de presente de aniversário para minha esposa. Até hoje a mercadoria não chegou. Vou pagar a primeira parcela da compra no cartão e a mercadoria nada! O aniversário da minha esposa já passou e ela ficou sem presente. Já fiz duas reclamações e eles me dizem que a mercadoria já se encontra no estoque e só falta mandar para a transportadora. Hoje falei com a Sra. Franciele no Tele-atendimento e ela me informou novamente que a mercadoria já está em estoque porém eles não acham a mercadoria para mandar para a transportadora. Eu perguntei à ela se lá era essa desorganização mesmo e ela me informou que era sim. Segundo a Sra Franciele, eles não estão conseguindo achar os produtos que comprei no estoque e mandar para a transportadora, e a opção que eu tinha era cancelar a compra ou aguardar eles acharem os meus produtos no meio daquela bagunça que é o estoque deles. (<http://www.reclameaqui.com.br/1027087/americanas-com-lojas-americanas/encomenda-que-nao-chega/>).

No referido site consta inclusive um abaixo-assinado acerca do desrespeito a americanas.com aos consumidores, que conta com 490 comentários:



**Usuário**  
25/12/2010  
22:33

### **BAIXA-ASSINADO CONTRA AS LOJAS AMERICANAS**

Todas as pessoas que tiveram seu natal prejudicado com a irresponsabilidade das Lojas Americanas, favor responder nosso post como resultado de um abaixo-assinado para que possamos enviar para as autoridades competentes para providências. Temos que ter uma união de quase 10 mil pessoas contra essa loja que não teve nenhum respeito com os seus clientes.

Deixe seu breve comentário conforme abaixo:

Nome:

Identidade:

Comentário:

A enorme quantidade de reclamações é motivada pelos prejuízos e transtornos causados pela conduta lesiva da ré. Os consumidores efetuam as compras, pagam por elas e não os recebem no prazo prometido.

Frequentemente, inclusive, adquirem produtos para uso imediato ou destinados a presentear pessoas queridas em datas comemorativas. Nesses casos, os atrasos averiguados causam danos irreversíveis e tornam o produto desinteressante e inútil para o consumidor.

Ademais, a empresa, em uma conduta claramente desleal, repetidas vezes estipula novos prazos, que também não são cumpridos, ou alega falsamente que intencionou entregar os produtos, porém o consumidor não foi encontrado na residência. Quando o consumidor solicita o cancelamento da compra encontra recusa ou evasivas por parte da ré.

Note-se, ainda, que o *website* da ré apenas divulga o prazo de entrega calculado após o preenchimento de um cadastro com dados pessoais do consumidor, tais como nome, CPF, data de nascimento e telefone. Tal exigência é injustificada e irrazoável, pois esses dados em nada alteram a previsão de entrega.

O *site* chega a disponibilizar dispositivo oferecendo cálculo do frete e do prazo de entrega, mediante inserção do CEP onde deverá proceder-se a entrega. Porém, ao informar o CEP no espaço indicado, o consumidor só tem acesso ao valor do frete, sendo obrigado a preencher o cadastro anteriormente mencionado para ser informado do prazo de entrega para o produto escolhido.

Destarte, restando evidente a insatisfação generalizada dos consumidores com os serviços fornecidos pela ré, conclui-se que esta, ao exercer suas atividades empresariais, atua em completo desrespeito aos interesses de seus clientes, os quais mantêm a simples expectativa de obterem um serviço prestado com eficiência.

Ademais, o volume significativo de reclamações acerca do desrespeito aos prazos de entrega evidencia que tais problemas não são episódicos.

Pelo contrário, fica demonstrado que a ré não calcula com previsão razoável o tempo de entrega de seus produtos, utilizando-se de prazo fictício que possa lhe ser comercialmente vantajoso.

Ressalte-se que o Ministério Público já propôs ação em face da ré **B2W** com relação ao atraso na entrega de produtos, mas com referência ao SHOPTIME, conforme demonstrado em fls. 67/74 dos autos do Inquérito Civil.

### **DA FUNDAMENTAÇÃO**

#### **a) Violação ao princípio da boa-fé objetiva**

Conforme exposto, a empresa ré, ao comercializar seus produtos, o faz de forma irregular, já que desrespeita reiteradamente os prazos de entregas oferecidos ao consumidor.

Vê-se, portanto, que a ré viola de forma transparente o princípio da boa-fé objetiva, o qual deve ser respeitado como a principal premissa orientadora do Código de Defesa do Consumidor.

É o princípio em questão que deve pautar a harmonização das relações de consumo, filosofia consolidada pelas normas consumeristas e transgredida pela empresa ré.

Outrossim, o CDC traz esculpido o princípio da boa-fé objetiva em seu art. 51, IV:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou **sejam incompatíveis com a boa-fé** ou a equidade;

Tal dispositivo normativo, conforme a doutrina pátria, é visto como cláusula geral de conduta a ser seguida pelo consumidor e, principalmente, pelo fornecedor, parte mais forte na relação de consumo.

A boa-fé objetiva, sistematizada por Franz Wieacker, atua por meio de três funções essenciais, a saber: cânnon interpretativo, norma de criação de deveres jurídicos anexos e norma de limitação ao exercício de direitos subjetivos.



É com relação à função de criação de deveres jurídicos anexos que a boa-fé objetiva deve fazer-se presente no presente caso.

Os deveres anexos, obrigações concomitantes à prestação principal, podem ser divididos em três: dever de informação, dever de cooperação e dever de cuidado.

Na presente lide, percebemos que a divulgação de prazos de entrega impossíveis de serem cumpridos viola, em um primeiro momento, o dever de informação, o qual deve atuar na fase pré-contratual e pós-contratual.

Ademais, o desrespeito aos prazos de entregas vai de encontro ao dever de cooperação e de cuidado, vez que a ré não atua de maneira proba e leal dentro da relação consumerista.

O que se vê, portanto, é a perpetração de uma conduta que contraria o princípio regente das relações de consumo, a boa-fé objetiva.

#### **b) Publicidade enganosa**

Cumprido ainda ressaltar que a ré, ao veicular prazos de entrega inverídicos, atua de forma contrária à sistemática do Código de Defesa do Consumidor, o qual impõe a transparência no fornecimento de produtos e serviços.

Nessa esteira, dispõe o art. 37, §1º, do Código de Defesa do Consumidor:

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.**

De acordo com a supracitada norma, pode-se vislumbrar que é abusiva qualquer forma de informação publicitária falsa, que possa induzir em erro o consumidor. No entanto, ao se verificar a conduta da ré, é o que se encontra.

Observa-se que as ofertas publicitárias estampadas no sítio eletrônico da ré veiculam informações enganosas, prometendo prazos de entrega que não são observados.

Cumprido ressaltar que a oferta de prazos de entrega menores que os observados pela concorrência induzem o consumidor a optar por realizar suas compras na AMERICANAS.COM. O consumidor escolhe a loja virtual da ré, pois é logrado a acreditar que receberá o produto em menos tempo.

Resta claro, portanto, que a conduta adotada pela ré induz o consumidor em erro, importando em afronta direta ao Código de Defesa do Consumidor, não só em seu art. 37º, §1º, como também aos incisos III e IV, art. 6º, os quais instituem, como direitos básicos do consumidor, a proteção contra a publicidade enganosa; e informação adequada sobre

produtos e serviços, inclusive quanto à especificação de seus preços.

**c) A responsabilidade contratual**

À luz do exposto, patente que os prazos de entrega estabelecidos pela ré têm sido reiteradamente desrespeitados, restando evidente que o serviço por ela prestado não corresponde ao ofertado em seu sítio eletrônico.

Todavia, o consumidor, uma vez não tendo sua compra entregue no período previsto, encontra obstáculos em ter os seus direitos satisfeitos.

De fato, diversos relatos foram apurados quanto à dificuldade de se entrar em contato com o serviço de atendimento ao consumidor da ré, bem como há casos em que lhes é negado o pedido de reembolso imediato ou de cancelamento do serviço.

Destarte, é inegável o desrespeito da ré à regência da lei consumerista, quanto a facultar ao consumidor opções de compensação pelos prejuízos decorrentes de vícios na prestação de serviços, direito este que vêm sendo cerceado pela ré no presente caso.

**d) O dano moral coletivo**

Em um primeiro momento é importante frisar, com relação ao dano moral coletivo, a sua previsão expressa no nosso ordenamento jurídico nos art. 6º, VI e VII do CDC.

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;

No mesmo sentido, o art. 1º da Lei nº. 7.347/85:

Art. 1º Regem-se pelas disposições desta lei, sem prejuízo da ação popular, **as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais** causados: (grifou-se).

I – ao meio ambiente;

II – ao consumidor;

III – a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IV – a qualquer outro interesse difuso ou coletivo;

V – por infração da ordem econômica e da economia popular;

VI – à ordem urbanística.

Assim, como afirma Leonardo Roscoe Bessa, em artigo dedicado especificamente ao tema, “além de condenação pelos danos materiais causados ao meio ambiente, consumidor ou a qualquer outro interesse difuso ou coletivo, destacou, a nova redação do art. 1º, a responsabilidade por dano moral em decorrência de violação de tais direitos, tudo com o propósito de conferir-lhes proteção diferenciada” .<sup>1</sup>

Como afirma o autor, a concepção do dano moral coletivo não pode está mais presa ao modelo teórico da

---

<sup>1</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.

responsabilidade civil privada, de relações intersubjetivas unipessoais.

Tratamos, nesse momento, uma nova gama de direitos, difusos e coletivos, necessitando-se, pois, de uma nova forma de sua tutela. E essa nova proteção, com base no art. 5º, inciso XXXV da Constituição da República, se sobressai, sobretudo, no aspecto preventivo da lesão. Por isso, são cogentes meios idôneos a punir o comportamento que ofenda (ou ameace) direitos transindividuais.

Nas palavras do mesmo autor, “em face da exagerada simplicidade com que o tema foi tratado legalmente, a par da ausência de modelo teórico próprio e sedimentado para atender aos conflitos transindividuais, faz-se necessário construir soluções que vão se utilizar, a um só tempo, de algumas noções extraídas da responsabilidade civil, bem como de perspectiva própria do direito penal”.<sup>2</sup>

Portanto, a par dessas premissas, vemos que a função do dano moral coletivo é homenagear os princípios da prevenção e precaução, com o intuito de propiciar uma tutela mais efetiva aos direitos difusos e coletivos, como no caso em tela.

Menciona, inclusive, Leonardo Roscoe Bessa que “como reforço de argumento para conclusão relativa ao caráter punitivo do *dano moral coletivo*, é importante ressaltar a aceitação da sua função punitiva até mesmo nas relações privadas individuais.”<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> \_\_\_\_\_, Leonardo Roscoe. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor n° 59/2006.

<sup>3</sup> \_\_\_\_\_. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor n° 59/2006.

Ou seja, o caráter punitivo do dano moral sempre esteve presente, até mesmo nas relações de cunho privado e intersubjetivas. É o que se vislumbra da fixação de astreintes e de cláusula penal compensatória, a qual tem o objetivo de pré-liquidação das perdas e danos e de coerção ao cumprimento da obrigação.

Ademais, a função punitiva do dano moral individual é amplamente aceita na doutrina e na jurisprudência. Tem-se, portanto, um caráter dúplice do dano moral: indenizatório e punitivo.

É o mesmo se aplica, nessa esteira, ao dano moral coletivo.

Em resumo, mais uma vez se utilizando do brilhante artigo produzido por Leonardo Roscoe Bessa, “a dor psíquica ou, de modo mais genérico, a afetação da integridade psicofísica da pessoa ou da coletividade não é pressuposto para caracterização do *dano moral coletivo*. Não há que se falar nem mesmo em “sentimento de despreço e de perda de valores essenciais que afetam negativamente toda uma coletividade” (André Carvalho Ramos) “diminuição da estima, inflingidos e apreendidos em dimensão coletiva” ou “modificação desvaliosa do espírito coletivo” (Xisto Tiago). Embora a afetação negativa do estado anímico (individual ou coletivo) possa ocorrer, em face das mais diversos meios de ofensa a direitos difusos e coletivos, a configuração do denominado *dano moral coletivo* é absolutamente independente desse pressuposto” .<sup>4</sup>

Constitui-se, portanto, o dano moral coletivo de uma função punitiva em virtude da violação de direitos difusos e coletivos, sendo devidos, de forma clara, no caso em apreço.

---

<sup>4</sup> \_\_\_\_\_. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.

As irregularidades perpetradas pela ré na concretização de seus métodos comerciais, conforme visto, viola o Código de Defesa do Consumidor. É necessário, pois, que o ordenamento jurídico crie sanções a essa atitude da ré, a par da cessação da prática, sendo esta a função do dano moral coletivo.

Nesse sentido a jurisprudência, do STJ E TJ - RJ, com o reconhecimento do dano moral coletivo:

**ADMINISTRATIVO - TRANSPORTE - PASSE LIVRE - IDOSOS - DANO MORAL COLETIVO - DESNECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO DA DOR E DE SOFRIMENTO - APLICAÇÃO EXCLUSIVA AO DANO MORAL INDIVIDUAL - CADASTRAMENTO DE IDOSOS PARA USUFRUTO DE DIREITO - ILEGALIDADE DA EXIGÊNCIA PELA EMPRESA DE TRANSPORTE - ART. 39, § 1º DO ESTATUTO DO IDOSO - LEI 10741/2003 VIAÇÃO NÃO PREQUESTIONADO.**

1. O dano moral coletivo, assim entendido o que é transindividual e atinge uma classe específica ou não de pessoas, é passível de comprovação pela presença de prejuízo à imagem e à moral coletiva dos indivíduos enquanto síntese das individualidades percebidas como segmento, derivado de uma mesma relação jurídica-base.

2. O dano extrapatrimonial coletivo prescinde da comprovação de dor, de sofrimento e de abalo psicológico, suscetíveis de apreciação na esfera do indivíduo, mas inaplicável aos interesses difusos e coletivos.

3. Na espécie, o dano coletivo apontado foi a submissão dos idosos a procedimento de cadastramento para o gozo do benefício do passe livre, cujo deslocamento foi custeado pelos interessados, quando o Estatuto do Idoso, art. 39, § 1º exige apenas a apresentação de documento de identidade.

4. Conduta da empresa de viação injurídica se considerado o sistema normativo.

5. Afastada a sanção pecuniária pelo Tribunal que considerou as circunstâncias fáticas e probatórias e restando sem prequestionamento o Estatuto do Idoso, mantém-se a decisão.

5. Recurso especial parcialmente provido.

(REsp 1057274/RS, Rel. Ministra ELIANA CALMON, SEGUNDA TURMA, julgado em 01/12/2009, DJe 26/02/2010)

**2008.001.08246 – APELAÇÃO, DES. JOSE CARLOS PAES - Julgamento: 13/08/2008 - DÉCIMA QUARTA CÂMARA CÍVEL**

AGRAVO INOMINADO. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DANO MORAL COLETIVO.1. A alegação da ocorrência de cerceamento de defesa não prospera, visto que, conforme expresso na sentença, basta a verificação da documentação acostada para que o Juízo possa aferir se houve violação ao Código de Proteção e Defesa do Consumidor, não dependendo, portanto, de conhecimento técnico para tal. Assim, a hipótese se enquadra no art. 420, parágrafo único, I, do CPC.2. O argumento de que nas promoções realizadas não havia qualquer condição de consumo dos minutos do plano de franquia é facilmente afastado, diante de suas próprias alegações de que as publicidades ofertadas foram claras em informar que dependia do consumo dos minutos da franquia.3. Da mesma forma, as afirmativas de que informou expressamente em seu material publicitário que a tarifa promocional somente seria válida após o consumo da franquia e do pacote principal não merecem amparo, uma que dispostas de forma difícil de ler, em letras miúdas, que não chamam a atenção do consumidor, dificultam a leitura. 4. **O dano moral coletivo é direito básico do consumidor. Art. 6º, VI, da lei 8078/90.** Precedentes do STJ, TJ/MG e TJ/RS.5. Todavia, não há de se falar em condenação da ré em honorários ao Ministério Público. Precedente do STJ.6. Negado provimento ao recurso. (grifo nosso).

e) **Os pressupostos para o deferimento da liminar**

PRESENTES AINDA OS PRESSUPOSTOS PARA O DEFERIMENTO DE LIMINAR, quais sejam, o *fumus boni iuris* e o *periculum in mora*.

É flagrante que o *fumus boni iuris* encontra-se configurado, já que as atividades comerciais da empresa ré são estruturadas em dissonância aos ditames da lei de defesa do consumidor.

Isso fica nítido quando se observa as diversas e constantes reclamações de seus clientes feitas na Ouvidoria do Ministério Público e em fóruns virtuais voltados ao atendimento do consumidor. Nesse sentido, as notícias queixosas demonstram métodos comerciais pautados na prática de publicidade enganosa, bem como na violação aos princípios da



boa-fé objetiva, da transparência e do equilíbrio das relações de consumo, além de ser evidente o desrespeito aos direitos básicos dos consumidores à informação e à efetiva prevenção de danos morais e patrimoniais e morais.

As inúmeras reclamações indicam, ainda, que a divulgação de prazos de entrega não respeitados é prática usual da empresa.

Verifica-se, portanto, que a demora de um provimento jurisdicional definitivo acerca da matéria em exame implica **perigo de dano irreversível** ao consumidor, pois, se subsistir vigente essa prática abusiva até o término desta ação, diversos consumidores serão logrados pela conduta lesiva da ré.

Por outro lado, o engano a que são submetidos os consumidores gera neles um sentimento de humilhação, desrespeito e impotência diante das grandes empresas. É, portanto, violador de sua dignidade humana.

Vê-se, assim, que o presente juízo deve urgentemente e de forma imediata intervir no caso concreto para fazer cessar a conduta irregular e danosa da AMERICANAS.COM.

#### **DO PEDIDO LIMINAR**

Ante o exposto o MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO **requer LIMINARMENTE E SEM A OITIVA DA PARTE CONTRÁRIA** que seja determinado *initio litis* e com fulcro no art. 461, §5º, da Lei

5.869 de 11 de janeiro de 1973, sob pena de multa diária de R\$100.000,00:

I- a suspensão da venda de produtos através do site [www.americanas.com](http://www.americanas.com), até que todas as entregas não procedidas dentro do prazo estipulado sejam realizadas;

II- que a ré veicule, em todas as ofertas do site, o prazo preciso de entrega dos produtos mediante a informação apenas do CEP de entrega, se abstendo de exigir previamente o preenchimento de qualquer cadastro ou outras informações pessoais do consumidor.

III- que a ré estabeleça prazo preciso para as entregas dos produtos aos consumidores e o respeito.

#### **DOS PEDIDOS PRINCIPAIS**

Requer ainda o Ministério Público:

a) a citação da ré para, querendo, contestar a presente, sob pena de revelia, sendo presumidos como verdadeiros os fatos ora deduzidos;

b) que, após os demais trâmites processuais, seja finalmente julgada procedente a pretensão deduzida na presente ação, condenando-se a ré, sob pena de multa diária de R\$100.000,00 (cem mil reais) a: i- se abster de comercializar produtos através do site [www.americanas.com](http://www.americanas.com), até que todas as entregas não procedidas dentro do prazo estipulado sejam realizadas **E** ii

- veicular, em todas as ofertas do site, o prazo preciso de entrega dos produtos mediante a informação apenas do CEP de entrega, se abstendo de exigir anteriormente o preenchimento de qualquer cadastro ou outras informações pessoais do consumidor

**E** iii - estabelecer prazo preciso para as entregas dos produtos aos consumidores, respeitando-o.

c) que seja a ré condenada a indenizar, da forma mais ampla e completa possível, os danos materiais e morais causados aos consumidores, individualmente considerados, em consequência dos fatos narrados;

d) que seja a ré condenada a reparar os danos materiais e morais causados aos consumidores, considerados em sentido coletivo, no valor mínimo de R\$3.000.000,00 (três milhões de reais), em consequência dos fatos narrados;

e) que seja a ré condenada a publicar, às suas custas, em dois jornais de grande circulação de todas as capitais do país, a parte dispositiva de eventual sentença condenatória, a fim de que os consumidores dela tomem ciência, para exercício de seus direitos individuais, sob pena de multa diária de R\$10.000,00 (dez mil reais) corrigidos monetariamente.

f) que sejam publicados os editais a que se refere o art. 94 do CDC;

g) que seja a ré condenada nos ônus da sucumbência, incluindo os *honorários advocatícios*.

Protesta, ainda, o Ministério Público, nos termos do art. 332 do Código de Processo Civil, pela produção de todas as provas em direito admissíveis, notadamente a pericial, a documental, bem como depoimento pessoal da ré, sob pena de confissão, sem prejuízo da inversão do ônus da prova previsto no art. 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor.

Dá-se a esta causa, por força do disposto no art. 258 do Código de Processo Civil, o valor de R\$3.000.000,00 (três milhões de reais).

Rio de Janeiro, 31 de janeiro de 2011.

**Julio Machado Teixeira Costa**

Promotor de Justiça

Mat. 2099