

**EXMO. SR. DR. JUIZ DE DIREITO DA VARA EMPRESARIAL DA COMARCA
DA CAPITAL**

Ref: IC 761/09

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO,
por intermédio da Promotora de Justiça que ao final subscreve, vem, com
fundamento nas Leis 7.347/85 e 8.078/90, ajuizar a presente

AÇÃO CIVIL PÚBLICA

com pedido de liminar

em face de **B2W – COMPANHIA GLOBAL DO VAREJO (“site Submarino”)**,
inscrita no CNPJ sob o nº 00.776.574/0001-56, com sede na Rua Sacadura Cabral,
nº 102, parte, Saúde, Rio de Janeiro – RJ, CEP 20081-262, pelas razões que passa a
expor:

I. PRELIMINAR

a) Legitimidade ativa 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 nº. 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, vez que é sabido que a o produto comercializado pela ré tem acentuado alcance no mercado de consumo. 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).

II. FATOS

Primeiramente, vale destacar que o Submarino (www.submarino.com.br) atua no mercado de varejo on line, cobrindo todo o território nacional através de site de comércio eletrônico.

E, de acordo com o informado pelo *site*¹, a empresa possui o compromisso com a privacidade e a segurança de seus clientes durante todo o processo de navegação e compra.

Todavia, não é este o resultado apresentado pelo Submarino. Ao contrário, são inúmeras as reclamações feitas por consumidores no serviço de Ouvidoria do Ministério Público (fls. 04, 18 e 49 do IC 761/09), na Comissão de Defesa do Consumidor da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro (fls.

¹http://atendimento.submarino.com.br/?action=get&element=Answer_centro&id=239843&match_number=2&cat=200167&question=Pol%EDtica+de+Privacidade

61/66 do IC 761/09) e no site Reclame Aqui, demonstrando que a ré pratica publicidade enganosa e descumprimento da oferta, na medida em que anuncia em seu site produto com um determinado preço e no ato da conclusão da compra o preço deste mesmo produto é alterado para valor superior ao anunciado inicialmente.

Com efeito, em uma simples consulta ao site “Reclame Aqui” (www.reclameaqui.com.br) foram constatadas várias reclamações de consumidores que se sentem lesados e enganados pela alteração do preço do produto durante a finalização da compra realizada. Veja a seguir alguns trechos de reclamações extraídas do referido site:

“(…) Pela segunda vez utilizo esse site para fazer uma reclamação contra a mesma empresa, Site Submarino. Mais uma vez o Submarino apresenta promoções em seu site que no momento do fechamento da compra não condizem com o valor anunciado na oferta. Tentei comprar um XBOX na data de ontem (27/10/12 - Pedido 03-447659122) pelo preço promocional de R\$ 719,91 anunciado na página inicial do site. Fiz todo o processo da compra como consta no arquivo que lhe estou enviando em anexo e mais uma vez, para minha surpresa, o valor final é maior do que o valor anunciado (R\$809,10). Esse tipo de situação é muito chata, pois ficamos com aquela velha sensação de propaganda enganosa. Hoje (28/10 - 13:09), o anúncio continua no site pelo mesmo preço de oferta e preço final diferente. Entrei em contato com o televentas e me informaram não ser possível comprar o produto pelo preço ofertado. Entrei em contato com o chat e me pediram para enviar os prints das telas de compra e aguardar até amanhã, quando provavelmente a oferta não estará mais valendo e vão alegar não ser possível praticá-la como fizeram em outra reclamação minha. Da outra vez aceitei um vale bônus, desta vez quero o produto pelo preço da oferta ou irei entrar com uma ação contra a empresa tendo como base o código de defesa do consumidor. No aguardo de uma solução.
<http://www.reclameaqui.com.br/3787415/submarino/preco-final-diferente-de-preco-anunciado/>

“(…) Dia 22/03/2012 achei na internet um anúncio de uma TV LED 3D da LG no Submarino. Cliquei no link e o produto ainda tinha em estoque com o preço promocional. Fui efetuar a compra e o preço do produto alterou em quase 330 reais a mais. Já tentei três atendimentos pelo chat outros por telefone e tudo o que recebo como resposta é que não é possível cobrar o preço promocional ou que estão resolvendo o meu problema e me passavam prazos para resposta. Já se passaram todos os prazos informados a mim! Nos atendimentos diziam para eu mandar por e-mail o print das telas com a diferença de preço e os dados do produto e da compra. O curioso é que em um dos atendimentos por telefone e

num dos emails recebido eles diziam não abrir anexo. Puxa! Como assim? Eles podem pra mandar imagens em anexo e não podem abri-las? Já ameacei com PROCON e juizado de pequenas causas e por enquanto nada. Uma moça que se identificou como Juliana Reis me ligou no dia 27 de Março e disse que iriam descobrir o que aconteceu e que tentariam resolver o problema. Me pediu pra mandar outra vez o print das telas e os dados da compra para o e-mail dela (juliana.reis@.) que iriam me retornar em no máximo quatro dias. Dois dias depois mandei um e-mail perguntando como estava o andamento da solução e não obtive resposta. Hoje, quatro dias depois, ainda não recebi resposta e mandei novamente outro e-mail. O produto já está aqui em casa e eu nem sequer tirei da caixa, pois acho que terei que devolvê-lo já que estou achando difícil alguém resolver esse problema. O prazo de sete dias para a devolução já está chegando e eu não tenho nenhuma posição do Submarino. Isso pode me gerar outros problemas como o prazo de sete dias para devolver produtos com defeito ter passado. Isso pode acontecer caso eles resolvam meu problema e eu passe a usar a TV. **Se até segunda feira eu não obtiver nenhuma resposta do Submarino, irei devolver a TV e entrar com queixa ao PROCON e ao juizado de pequenas causas já que acredito estarem violando o artigo 30 e 35 do Código de Defesa do Consumidor e por danos morais pelo estresse causado nesse problema.**
<http://www.reclameaqui.com.br/2701757/submarino/mudanca-de-preco-na-hora-de-fechar-a-compra/>

“(...) Os email do submarino sempre me chamaram a atenção com conteúdos de ofertas e produtos de primeira linha. Já comprei bastante com eles, mas de tempos pra cá, se você perceber os descontos absurdos que eles dão de 400%, chega a ser piada, anunciando que um determinado produto é vendido no mercado por um valor aproximado, que ora digamos, R\$3000,00 e eles vendem por R\$ 2000,00.... quando você pesquisa pra ver, o produto vale em média R\$ 1500,00 no máximo. Pra mim se isso for propaganda, é enganosa. De certa forma nunca tive problemas com prazo de entrega com a empresa, sabe o porquê? Porque nunca mais comprei. **Ainda esses dias numa tentativa frustrada de comprar alguns cds para minha coleção pessoal, pesquisei e encontrei preços realmente atrativos da banda iron maiden por R\$ 14,90 a grande maioria..tinha alguns por um preço mais elevado, enfim, adicionei os cds no carrinho, tinha mais ou menos de 15 a 17 cds. Não sei por quais motivos não consegui finalizar a compra sendo que fiz tudo como sempre...identificação, forma de pagamento, escolha do frete, apliquei o desconto de um cupom que tinha recebido naquele dia (foi o que me fez procurar o site para adquirir os cds) e NÃO consegui finalizar a compra. Como já era tarde, alta madrugada, resolvi deixar para manhã seguinte. Quando vou ver os cds estão custando R\$ 19,90. Sim, aqueles que eram R\$ 14,90. Certamente não efetuei a compra pois a diferença era de aproximadamente R\$ 80,00. Mandei um email tem mais de 15 dias e até hoje não fui informado do que realmente aconteceu, e na verdade, nem quero mais saber.** A empresa mal se preocupa com clientes que gastaram seu tempo e dinheiro procurando algo na loja, que efetivamente compraram produtos, atrasando muito a entrega, imagina a preocupação com clientes potenciais que prezam pela qualidade no atendimento, desde a venda a entrega do produto. Quanto ou o que será valem aqueles clientes que tentam ou tentaram comprar algo, não conseguiram, contactaram a empresa e

nenhuma resposta obtiveram? Certamente meu cartão CANCELADO do submarino não me servirá mais. Não quero mais receber seus emails.
<http://www.reclameaqui.com.br/1944773/submarino/mudanca-de-precos-e-descontos-quot-editado-pelo-reclame-aqui/>

“(...) Estava já no processo de compra de uma Tv Samsung 46 E 53000 pelo site submarino, quando o mesmo apresentou um travamento que impediu a compra. Ao conectar novamente no site levei um susto! O valor pelo cartão era de R\$ [editado pelo Reclame Aqui] ..4 reais pelo cartão da loja, era agora de R\$ 1.995!!!! É um absurdo o desrespeito com o consumidor!!!!!! Fazer hora com a cara da gente!!! Afinal que bagunça é essa!!! Este site é sério ou não? http://www.reclameaqui.com.br/3934330/submarino-gospel/mudanca-de-preco-durante-a-compra/

“(...) Acabei de tentar fazer uma compra no SUBMARINO e o que era pra custar R\$63,99, na hora do pagamento apareceu como R\$71,10. O preço era "De R\$79,00 por \$71,10 ou 1x no boleto bancário ou Bankline por \$63,99". Fechei o pedido e escolhi pagar com o Bankline, mas cadê o valor de R\$63,10? SUMIU! Acessei o link novamente e ainda vi a mesma informação com o desconto para pagamento com o Bankline. Tentei falar com um atendente pelo chat online e ele(a) me disse que o site é atualizado. Legal né, vc faz a compra e depois eles jogam o valor que quiserem depois?? Logo após eu ser desconectada do chat (eu ainda estava falando com o atendente mas fui desconectada, tipo um desligaram na minha cara), acessei a página novamente e o desconto não estava mais lá. Coincidência?? Estou tentando ligar no atendimento agora e depois de mais de muito tempo (mais de 20 minutos) esperando, ouvi que eles não pode fazer nada. Cancelei o pedido e pedi o número da ouvidoria pra reclamar e adivinha? Não existe hahahaha Isso é chamar o cliente de idiota mesmo! Me sinto desrespeitada e revoltadíssima!!!! http://www.reclameaqui.com.br/4124986/submarino/mudanca-de-preco-depois-da-compra/

“(...) Realizei a compra de 5 CDs pelo site www.submarino.com.br cujo total somava R\$ 70,50 e me foi informado o valor do frete de R\$ 8,49 para o CEP 80030-330. Sendo assim, dei prosseguimento à compra no valor total de R\$78,99. Após concluída a compra, recebi um e-mail de confirmação com valor de frete diferente do informado no ato da mesma. O referido valor informado por e-mail foi de R\$42,45 para o frete (ou seja, o frete foi multiplicado pelo número de itens adquiridos), com novo total de R\$112,95. Com dúvida do valor informado por e-mail, por estar diferente do informado no site no ato da compra, entrei em contato com a Central de Atendimento do site Submarino no número 4003 5544 às 19h30 do dia 14 de Maio (cerca de 24 minutos após concluir a compra) e a atendente Cristiane me disse que de fato havia uma informação desencontrada, e que o valor do frete informado na compra é sempre o do total da mesma, e não dos produtos individualmente. Por não ter competência para resolver o impasse, a atendente disse que seria aberta uma solicitação para esclarecimento do fato, e o protocolo gerado foi o de número 124790566, com prazo de 4 dias para ser respondido. O setor de cobranças entrou em contato por e-mail no

mesmo dia, alegando que o valor era aquele lá e que o pedido foi desmembrado em dois, e só foi aprovado o valor de R\$76,17 (3 CDs+frete). A entrega realizada foi desses três produtos e os outros dois foram desconsiderados, bem como o valor de frete que havia aparecido no carrinho da compra. No meu cadastro no site as informações estão corretas (produtos, valores, serviço de entrega, tudo de acordo com o que apareceu na hora que comprei), mas no sistema do atendimento via telefone eles foram irredutíveis e ainda me sugeriram a realização de uma nova compra para poder ter os outros dois CDs não enviados!
<http://www.reclameaqui.com.br/2945369/submarino/alteracao-do-preco-apos-concluida-a-compra/>

(...) No dia 08/11/2012 acessei o site do submarino para comprar uma lavadora, cliquei em comprar na lavadora brastemp 9 kilos ao preço de 949,00, fui fazer o login, quando acessei o carrinho o preço da lavadora já estava a 999,00, ou seja foi acrescentado R\$ 50,00, no produto que havia sido acessado para compra. Fiz o pedido ao preço alterado ficando assim: PEDIDO 03-447838979 Lavadora de Roupas Ative 9Kg BWL09 - 110V? Brastemp...999,00 Desconto pagamento a vista boleto bancário...10% 99,90 Frete de entrega.....83,92 Total..... 983,02. **No dia seguinte mandei vários emails fazendo a reclamação sobre o valor que foi acrescentado ao produto já para compra. recebi dois emails datados de 09 e 10 de novembro, dizendo: que havia sido encaminhado ao setor de produção web o outro dizia o seguinte: Em atenção ao seu contato, informamos que já encaminhamos o seu caso ao nosso setor responsável, onde será tratado em caráter de urgência e seja tomadas as devidas soluções para resolvermos essa pendência que existe. Passado o prazo da resposta nada me foi informado.**
<http://www.reclameaqui.com.br/3894497/submarino/alteracao-de-preco-lavadora-ja-clicada-para-compra/>

(...) Boa tarde, estava comprando um produto no site Submarino (Lava e Seca WD8854RJF/XAZ - Samsung 8,5 KG - Branca - Cod. do Produto: 21853311), o produto estava com o preço de R\$ 2.299,00 por R\$ 2.069,10 e tinha mais 05% de desconto no pagamento à vista, enquanto estava lendo as características do produto houve uma alteração de preço, ficando assim o novo preço de R\$ 2.599,00 por R\$ 2.339,10 e mais 05% de desconto para pagamento à vista... Tentei imediatamente um contato com a ajuda online e não foi possível, liguei e após 15 minutos esperando consegui falar com a atendente Viviane Alves que me informou que não poderia fazer nada, pois os preços mudam de 02 em 02 horas... pedi para falar com um supervisor e não deixaram, o meu protocolo é 117606420 (16/08/11)... o mais curioso é que entrei no site do Buscapé para consultar o produto e vi que o preço continuava o antigo e que era possível gerar um cupom... sou cliente antigo da Submarino e nunca tinha tido algum problema. Ewerton.
<http://www.reclameaqui.com.br/1585147/submarino/alteracao-de-preco-durante-a-compra/>

(...) Recebi um e-mail promocional de produtos com desconto especiais mediante solicitação do cartão pré-aprovado Mastercard. A vigência era de 22/07/2010 a 26/07/2010. Eu poderia escolher apenas 1 produto. Escolhi um

Telescópio no valor de R\$39,00 (promocional). Ao entrar no site e finalizar a compra, o valor gerado foi de R\$69,00. No mesmo dia entrei em contato com a área de vendas e SAC. Outro ponto negativo, pois por duas vezes a minha ligação foi transferida e não fui atendido esperando por volta de 15 minutos até as ligações "caírem". Por fim fui atendido e informaram que encaminhariam a reclamação ao setor responsável. Recebi um e-mail informando que me retornariam com uma resposta no dia seguinte. Retornaram com 1 dia de atraso do prometido sem a solução, dizendo que os preços poderiam ser alterados sem aviso. Então qual o motivo de incluir data de vigência promocional? Pra finalizar a desconsideração com os clientes, o prazo de entrega do produto era de 1 dia útil. Pois já se passaram 3 dias e nada de receber o produto. Minhas experiências com o Submarino sempre foram negativas. Vou ao Procon com impressões dos e-mail e pedidos para verificar se posso ser ressarcido nesta situação. <http://www.reclameaqui.com.br/704697/submarino/mudanca-de-preco-dentro-da-data-vigente-promocional/>

("... Efetuei a compra de uma tv led 40 sony, no site que dizia:Smart TV LED 40" Sony KDL-40EX655 Full HD - 4 HDMI 2 USB HDTV 120Hz Cod. do Produto: 1116675 Desconto para você: R\$ 179,90 De: R\$ 1.799,00 Por: R\$ 1.619,10 12x de R\$ 134,92 sem juros ver todos ou 1x: R\$ 1.457,19 no Boleto ou Bankline (10% desconto) ou 1x: R\$ 1.457,19 no Cartão Submarino (10% desconto). Porém ao efetuar a compra o valor do boleto aparece 1619,00, ja falei com três pessoas lá, que me disseram que o valor certo era 1619,00, me mandaram até outro link, porém o anúncio está lá no ar pra quem quiser ver: <http://www.submarino.com.br/produto/111667570/smart-tv-led-40-sony-kdl40ex655-full-hd-4-hdmi-2-usb-hdtv-120hz> <http://www.reclameaqui.com.br/3697273/submarino/tv-sony-led-40-diferenca-de-preco-anunciado-e-do-cobrado/>

("... Boa Noite, Me sinto enganada!!! Uma falta de respeito com o cliente!! Hoje, 21/01/2012 fui fazer uma compra pelo site submarino e quando fui finalizar a compra o valor anunciado por R\$ 25,90 passou para 39,90. Liguei no televendas e o atendente confirmou o valor de R\$ 25,90 mas o mesmo quando foi finalizar também viu que o valor mudou para R\$ 39,90 e disse que nada poderia fazer. Que teria que comprar pelo valor maior. Conforme a lei do consumidor, devemos pagar pelo menor valor anunciado. Por favor, quero apenas o que é certo quero comprar o óculos de natação pelo valor anunciado e não o valor que aparece no carrinho quando vou finalizar o pedido. Produto: Óculos para Natação New Storm Speedo Cod. do Produto: 21268178 SPEEDO <http://www.submarino.com.br/produto/28/21268178/oculos+para+natacao+new+storm+speedo?menuId=202020> <http://www2.submarino.com.br/Basket.aspx?act=add&ProdId=21268178&urlContInuarComprando=/menu/201383/natacao> Por favor, conto com a ajuda de vocês. <http://www.reclameaqui.com.br/2323235/submarino/preco-menor-antes-de-fechar-a-compra/>

("... Decepção total em relação à Submarino. Empresa de minha confiança, eu e minha família sempre compramos pelo Submarino, e eles aprontam uma dessas

comigo, e provavelmente com outros clientes. No site "Omelete", do grupo UOL, há um banner informando o preço de um produto a R\$179,10 à vista. Cliquei no banner, fui para o site, concluí o pedido e o valor do meu boleto é R\$239,00! Liguei para o SAC do Submarino e a atendente disse que o site da UOL estava desatualizado, e o preço que vale é o do site (R\$60,00 a mais). Pedi para falar com o supervisor, e o mesmo me disse que a Submarino não respeita o consumidor e está dentro do Código de Defesa do Consumidor... mas como???? Com propaganda enganosa??? No momento que digito essas palavras, quase 30 minutos depois que falei com esses atendentes, o banner no site Omelete ainda está ativo! Se isso não é propaganda enganosa, então não sei mais o que é! Quero comprar o produto pagando R\$179,10. Não aceito que me façam de bobo. Se a UOL está atrasada em relação à atualização do preço, esse problema é entre eles, e eu não posso ser prejudicado por isso.guardo solução o mais rápido possível.

<http://www.reclameaqui.com.br/1934055/submarino/preco-divulgado-em-site-parceiro-diferente-do-preco-ao-fim-d/>

"(...) Comprei uma Tv 32 Lcd Full Hd - Ln32d550k1gxzd - Samsung com o valor anunciado de R\$ 899,00 mais 5% de desconto se pago a vista no cartão. Ocorre que ao fechar o pedido o valor a ser cobrado foi de R\$ 949,05. Entrei em contato com a Submarino via e-mail a resposta foi esta abaixo: "Prezado Jorge, Em atenção ao seu contato, informamos que temos total interesse em atendê-lo, porém esclarecemos que cada site possui um período de atualização. Nosso site é atualizado às 10h, 14h, 17h e 22h. Neste período podem ocorrer dinâmicas de alteração de preços que talvez os sites de busca não acompanhem. Desta forma, não temos como oferecer o produto solicitado pelo valor mencionado, exatamente pela constante mudança de valores. Sendo assim, o valor correto é o que aparece em nosso site. Nosso site passa por constantes alterações devido a negociações realizadas junto aos nossos fornecedores, para levar até nossos clientes, como você, o melhor em preço e qualidade. Ainda assim, entendemos sua colocação e estudaremos a possibilidade de implementações que amenizem esses tipos de inconvenientes. Permanecemos a sua disposição caso outros esclarecimentos sejam necessários. Atenciosamente, DIANE CONCEIÇÃO Promoções Submarino www.submarino.com.br" **Comprei pelo valor que estava no site e vou querer pagar aquilo que foi anunciado, alias as 22:00 ainda estava este mesmo produto anunciado como R\$899,00.**

<http://www.submarino.com.br/produto/13/23814289/tv+32+lcd+full+hd+4+hdmi+all+share+usb+->

[samsung?franq=102414&utm_source=buscape&utm_medium=cpc&utm_campaign=bp&WT.mc_id=Buscape&WT.mc_ev=Click&coup_num=17-BP058-00001-0146023530](http://www.reclameaqui.com.br/2842628/submarino/site-com-um-preco-e-valor-cobrado-e-outro/)
<http://www.reclameaqui.com.br/2842628/submarino/site-com-um-preco-e-valor-cobrado-e-outro/>

"(...) No dia 06-01-11 estava comprando uma Grill / Sanduicheira Panini RI2386 Philips Walita Cod. do Produto: 21427768, que no carrinho na promoção estava R\$49,90 com frete grátis, ao finalizar o pedido o valor do produto passou para R\$69,90; Sendo que na ultima linha na pagina do site diz a seguinte frase "Em

caso de divergência de preços no site, o valor válido é o do Carrinho de Compras."; então como tenho a razão gostaria de pagar o valor do carrinho, podendo eles me darem um vale desconto! Essa novela já se prolongou muito, no dia 07-01-11 entrei em contato com o pessoal on-line que me falou que não poderiam fazer nada pelo caso e, pediram que eu ligasse para o tele vendas, liguei e também não resolveram só gastei tempo e dinheiro, e pediram que eu ligasse para outro numero, o da central de atendimento, mas também no mesmo dia expliquei a situação para central de atendimento via e-mail, os mesmos também não resolveram; No dia 11-01-11 liguei para a central de atendimento falei por cerca de 30min com a atendente gastei com o celular novamente e a mesma não pode resolver, então dia 13-01-11 entrei no site e reclamei no Ombudsman do submarino acho que tipo uma ouvidoria, mas me retornaram hoje com a seguinte e-mail: "Olá Cléber, Em atenção ao seu contato referente ao protocolo 106572679 , informamos que temos total interesse em atendê-lo, porém esclarecemos que cada site possui um período de atualização. O Submarino é atualizado às 10h, 14h, 17h e 22h. Neste período podem ocorrer dinâmicas de alteração de preços e parcelamentos. Nosso site passa por constantes alterações devido a negociações realizadas junto aos nossos fornecedores, para levar até nossos clientes, como você, o melhor em preço e qualidade. Desta forma, não temos como alterar o valor do carrinho, exatamente pela constante mudança de valores. Conforme informação no rodapé do site: "Em caso de divergência de preços no site, o valor válido é o do Carrinho de Compras." Ainda assim, entendemos sua colocação e estudaremos a possibilidade de implementações que amenizem esses tipos de inconvenientes. Atenciosamente, Diane Conceição Promoções Submarino Tel. (11) - 3454-3008 www.submarino.com.br" **Então com a razão da palavra, passo a semana tentando comprar um produto no valor do carrinho gasto tempo, telefone celular e me estresse pra não ganhar nem um vale desconto e eles dizem que vão alterar a frase do site, muita sacanagem gostaria de uma posição melhor e de no mínimo um vale desconto? Ou será que tenho de ir ao procon ou pequenas causas? Muito atenciosamente, Cléber Borges.** <http://www.reclameaqui.com.br/1070876/submarino/preco-divergente-entre-o-carrinho-e-ao-finalizar-o-pedido-va/>

"(...) No ultimo sábado (03/09/2011) ao acessar o site do SUBMARINO vi uma anuncio de Notebook VAIO SONY à R\$1079,10 no boleto á vista. Como sou cliente,fiz a solicitação de compra, com pagamento em boleto conforme valor anunciado ,porém ao imprimir o boleto conforme indicações do anunciante,minha surpresa foi maior que o valor anunciado...R\$1709,10-avista...entrei em contato com o call center da referida e pediu-me que aguardasse e que o departamento responsável verificaria o erro do boleto e me enviaria o valor corrigido...Era para esperar !!? esperei !!! Era para regularizar o valor !!? não regularizaram !!! Eu sou o [editado pelo Reclame Aqui] da história !!?? **Notem que ela cita que há atualizações no site em determinados horários. Eu fiz a solicitação as 9:23 . é brincadeira !!? segue a resposta do site : Prezado Reinaldo, Em atenção ao seu contato referente ao protocolo 118449780, informamos que temos total interesse em atendê-lo, porém esclarecemos que cada site possui um período de atualização. O Submarino é atualizado às 10h, 14h, 17h e 22h. Neste período podem ocorrer dinâmicas de alteração de preços e parcelamentos. Nosso site passa por**

constantes alterações devido a negociações realizadas junto aos nossos fornecedores, para levar até nossos clientes, como você, o melhor em preço e qualidade. Desta forma, não temos como alterar o valor do carrinho, exatamente pela constante mudança de valores. Conforme informação no rodapé do site: A inclusão de um produto no "carrinho de compras" não garante o preço do produto. No caso de alteração de preço entre a inclusão no "carrinho de compras" e a finalização do pedido, prevalecerá o preço vigente na "finalização" da compra. Ainda assim, entendemos sua colocação e estudaremos a possibilidade de implementações que amenizem esses tipos de inconvenientes. Atenciosamente, DIANE CONCEIÇÃO. Promoções Submarino www.submarino.com.br <http://www.reclameaqui.com.br/1658498/submarino/boleto-com-valor-diferente-do-anunciado/>

"(...) Boa tarde! Estou com problemas ao efetuar uma compra no Submarino...Efetuei uma busca no SITE BUSCAPÉ, de uma geladeira (Refrigerador Brastemp Clean Frost Free 352 litros BRM39 Branco), e notei que no site do Submarino é o que tem o melhor preço contando com um desconto de 10%. Quando entramos no Site, o desconto aparece, e ainda contabiliza MAIS 5% se eu pagar com o Cartão de crédito em apenas 1vez. Mas ele dá outras opções de 2x até 12x. Com o Valor total de: R\$ 1.439,10, ou seja, 12X de R\$ 119,92 sem juros. (Copiei isso do site). Mas quando damos seguimento na compra, o site não contabiliza esse desconto para este pagamento em 12x. Liguei no Submarino para fazer a compra por telefone, e um atendente prestativo até (Leandro), se informou com o supervisor, e não soube o motivo do problema. Ja que quando tentamos comprar em 12x, eles cobram R\$ 1.599,00 e não os R\$ 1.439,10 ofertados no site. Espero que consiga o desconto que é de meu direito, já que o SUBMARINO que está oferecendo, por este meio, caso contrário, irei ao procon, por que conheço meus deveres, e direitos! Obrigada. <http://www.reclameaqui.com.br/1678293/submarino/submarino-informa-preco-errado/>

"(...) Efetuei a compra do produto "HD Externo Portátil 1TB GoFlex STAA1000104 USB 3.0 - Seagate - Prata" na empresa submarino no valor de R\$228,89 para pagamento em bankline, porém na hora de efetuar o pagamento o verifiquei que o preço estava R\$ 260,10. Liguei no sac do submarino na mesma hora, o que demorou cerca de 10/15 min para ser atendido. Foi informado que realmente estava com erro no site e fui orientado a não efetuar o pagamento e aguardar um retorno deles. protocolo do chamado 126808093. Recebi um retorno da atendente Carolina me informando que eu receberia um "vale" de R\$ 20,00,, porém como eu vi o valor de 228,89 gostaria de pagar este valor no meu produto. A mesma me informou que o valor ja tinha mudado no site e não teria mais como. Ela me disse queria retornar as 12:00 o que não aconteceu. Ainda estou no aguardo. Eu não consegui efetuar o pagamento ainda e estou aguardando uma posição pois quero meu produto no valor real de 228,89. Lembro que possuo todos os print screen das telas com os valore se os erros. Acabei de verificar o site e o valor do HD voltou para o valor de 228, porém só da erro quando coloco no meu carrinho de compras.

<http://www.reclameaqui.com.br/3939693/submarino/mudanca-de-valor-do-produto-indignacao/>

(...) Bom dia. Estava procurando por uma TV, e encontrei esta no site Submarino. Philips 3D 47PFL8606D LED Plana 47 Polegadas Quando fiz a busca no próprio site, retornou este produto, com o valor de R\$2609,10 podendo ser parcelado em 12x sem juro de R\$217,43. Quando cliquei em comprar, cheguei ao carrinho, e constava o valor de R\$2899,00. Ou seja, um valor diferente do prometido pelo site. Propagando enganosa (art. 37, CDC) Entrei em contato com o SAC, que disse que não poderia fazer nada. Mandou eu tentar comprar pelo site, pelo valor que aparecer pra mim. Não entendi esse mal atendimento. De acordo com o artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), eu tenho direito de comprar pelo menor valor anunciado. Isto não é nenhum favor. Há também o ?princípio da vinculação,? ou seja, uma vez disparado o anúncio de um determinado preço, característica ou vantagem promocional do produto, o fornecedor fica vinculado (obrigado) a cumprir a promessa. Sinto que estou sendo prejudicado por esta prática deste site de burlar as leis. Única coisa que peço é a possibilidade de compra no preço anunciado, nada mais. Infelizmente, caso a loja continue se negando, terei que recorrer por meus direitos. Obrigado
<http://www.reclameaqui.com.br/2130913/submarino/propaganda-enganosa-site-faz-um-valor-em-sua-vitrine-e-cobr/>

(...) Bom dia, Após buscar por um produto no site, apareceu com o valor de 849 reais, assim que cliquei no produto para realizar a compra o valor na segunda tela estava como 1299 reais. Achei que pudesse ter entendido errado então voltei a tela do primeiro anuncio que vi, porém o valor estava mesmo como 849 reais. Salvei todas as telas e documentei a reclamação enviando via e mail para o e-mail atendimento@submarino.com.br. Porém imediatamente eles alteraram o valor no anuncio que estava 849 reais para o valor maior 1299. E ainda assim não me deram retorno, não responderam meu e-mail e nem fizeram nenhum outro tipo de contato. Tanto atendente como o supervisor da mesma me informaram que por política da empresa, o valor que deve ser pago será o que consta na tela do carrinho de compras. Uma vez que, quando acessei a tela para fazer a compra não finalizei pois aí já constatei que o valor estava diferente. No caso a empresa anuncia em um valor para que o cliente se convença a comprar o produto, porém quando o cliente acessa o produto para comprar o valor está a maior? Nesse caso, conforme falei para as pessoas que me atenderam por telefone, o anúncio não vale nada? Mesmo se forem erros decorrentes de atualizações no site, conforme informado também pelos atendentes, a empresa tem que arcar com isso, pois eu como consumidora tenho o direito de pagar o valor que vi na propaganda. Estou me sentindo muito desrespeitada, decepcionada, tenho o direito de realizar a compra conforme o valor que vi no primeiro anuncio, e gostaria de contar com o apoio de vocês. Desde já agradeço.
<http://www.reclameaqui.com.br/3061811/submarino/valor-do-anuncio-diferente-do-valor-na-hora-de-fechar-a-cont/>

(...) Bom tarde, sempre compro no site do submarino, ja tive problemas mas todos sempre foram solucionados com exito, porém não o de hoje, pois estou desde cedo

tentando comprar uma televisão que estava na promoção, alias ainda está na tela inicial até o momento, e não consigo pois o valor da compra ao colocar o item no carrinho aumenta em torno de R\$ 1000,00, acho um absurdo isso pois achei sensacional a promoção e me sinto enganado agora. O atendente do sac Jaun Vagner disse que não tem mais a promoção e o preço já não mais é esse porém ainda está como super oferta na tela inicial. Bom estou procurando todos os canais para reclamar até que resolvam meu problema, pois como disse sempre compro no site e nunca tive problema onde vocês não resolvessem. Atenciosamente Fabio e o protocolo caso haja interesse da empresa é 127637297 esse foi o número passado pelo atendente. Obs. Coloquei o numero do meu último pedido somente para continuar a reclamação. A promoção continua na tela inicial, mas ainda não consigo efetuar a compra não quero similar. <http://www.reclameaqui.com.br/4396377/submarino/propaganda-enganosa/>

"(...) Hoje a poucos minutos recebi um e-mail da empresa submarino com uma oferta que me encheu os olhos ,quando fui clicar em comprar o valor era muito maior, liguei para o televendas da empresa e simplesmente o atendente Paulo Henrique disse que o valor estava errado e que era para eu entrar em contato com o sac e eu tentei ligar e ao atender a ligação tinha apenas uma mensagem gravada dizendo que estavam com problemas técnicos e não estavam atendendo, achei uma falta de respeito muito grande eles não resolverem no televendas e me passar para um telefone que ninguém atende. Eu gostaria de comprar com o preço que me mandaram no e-mail, segue os dados do produto Smartphone Samsung I9300 Galaxy S III - Garnet Red - GSM, Tela Touch Super AMOLED Plus 4.8", Android 4.0, Processador Quad-Core 1.4GHz, 3G, Wi-Fi, GPS, Câmera 8MP com Flash, Câmera Frontal 1.9MP, Filma em Full HD, MP3 Player, Bluetooth 4.0, Memória Interna 16GB, Fone de Ouvido e Cabo USB R\$1189,10. <http://www.reclameaqui.com.br/3725907/submarino/propaganda-enganosa-por-e-mail-falta-de-respeito/>

"(...) ONTEM DIA 12/06/2012 FIZ UMA COMPRA NO SUBMARINO DE DUAS TVS LCD 32" LG NO VALOR DE R\$ 849,00 E UM TELEFONE CELULAR SAMSUNG GALAXY Y NO VALOR DE R\$ 399,00, TUDO CERTO FIZ O PEDIDO FIZ O PAGAMENTO E TUDO ISSO NÃO FOI MAIS DE 5 MINUTOS. VOLTEI AO ANUNCIO DO PRODUTO PARA VER UMA ESPECIFICAÇÃO QUANDO DE REPENTE UMA SURPRESA A TV ESTAVA COM O VALOR DE R\$ 806,00, OU SEJA, 143 REAIS MAIS BARATA DO QUE EU 1 OU 2 MINUTOS HAVIA ACABADO DE COMPRAR. ME SENTI ENGANADO E ENTÃO LIGUEI NA CENTRAL DE ATENDIMENTO PARA MUDAR O VALOR OU ALGO DO TIPO JÁ QUE SE TRATAVA DO MESMO PRODUTO E UMA COMPRAR DE POUCOS MINUTOS. MAS A ATENDENTE, ALIÁS QUE ME ATENDEU MUITO MAL E MUITO GROSSEIRA, DISSE QUE NÃO HAVERIA O QUE FAZER E NÃO PODERIA FAZER NADA QUE A TROCA DO PRODUTO É A QUALQUER MOMENTO E SÓ EU NÃO RECEBENDO MANDANDO DE VOLTA PRA PODER CANCELAR A COMPRA. ME SINTO ENGANADO E PREJUDICADO, ALÉM DO SENTIMENTO DE IMPOTÊNCIA E FICAR REFEM DESSE DESCASO E ABSURDO ABUSO CONTRA O CONSUMIDOR. NÃO COMPRO MAIS NESSA LOJA E TAMBÉM VOU CANCELAR MEU CARTÃO DESTA LOJA ASSIM COMO VOU ESPALHAR ISSO A TODOS QUE

EU PUDER VIA REDE SOCIAIS E FAZER UMA CORRENTE MESMO QUE PEQUENA CONTRA ESSES ABUSOS QUE SSAS LOJAS FAZEM CONTRA AS PESSOAS <http://www.reclameaqui.com.br/3072371/submarino/alteracao-de-valor-do-produto-cliente-enganado/>

"(...) Efetuei a compra do seguinte produto. Estão ofertando com desconto, porém quando vai efetuar o pagamento o valor muda. É como você passar em frente uma loja e está lá o produto exibido na vitrine com a etiqueta de um valor, você pega o produto, leva ao balcão e na hora de pagar de cobrarem outro valor. O valor só está sendo cumprido através do boleto á vista, no cartão como descrito abaixo não está conforme o anúncio. Notebook Sony VAIO EH10 Intel Core i3 2ªG 4GB 320GB LED 15 W7 Basic Cod. do Produto: 23847864 Desconto para você: R\$ 179,90 De: R\$ 1.799,00 Por: R\$ 1.619,10 (...) Não tenho condições de pagar o valor á vista, e como ofertaram 12X de R\$ 134,93 sem juros no cartão, espero que cumpram o anúncio, Somos clientes fiéis a loja Submarino, compramos sempre nela Acredito que eles vão agir com honestidade e proteger o nosso direito. Aguardamos respostas. Fernanda Assis
<http://www.reclameaqui.com.br/1813676/submarino/valor-anunciado-nao-esta-sendo-cumprido/>

"(...) SUBMARINO, Hoje, 03/09/2011, efetuei a compra de um Notebook Sony VAIO EH10 Intel Core i3 2ªG 4GB 320GB LED 15 W7 Basic Bivolt SONY por R\$1079,10 conforme consta na vossa página inicial contudo ao gerar o boleto aparece o valor de R\$ 1899,00. Propaganda enganosa conforme o Código de Defesa do Consumidor Art.37. Abrir um protocolo 118447472 com Simone Dias que disse não poder gerar o boleto pelo valor publicado.Vale o que está publicado! No aguardo, João Araújo
<http://www.reclameaqui.com.br/1650105/submarino/propaganda-enganosa/>

"(...) NO SUBMARINO É UMA FRESCURA DANADA COM TAL DE CUPOM; RECEBI O E-MAIL COM O DANDADO DO FERRO A R\$99,00 NA FINALIZAÇÃO DA COMPRA O PREÇO PULA PARA R\$119,00 COMO COMPROVA OS PRINTS DAS TELAS ABAIXO. <http://www.reclameaqui.com.br/2351133/submarino-cartao-de-credito/submarino-faz-publicidade-de-um-pre-o-mas-na-verdade-qdo-o/>

"(...) No dia 19/11/12 foi colocado no site da submarino a seguinte promoção 24h HD externo Portátil 1 TB - Seagate - por R\$ 265,90 em 12X só com o cartão submarino - ao tentar efetuar a compra no ato de "inserir no carrinho" para minha surpresa verifiquei que a opção do cartão submarino estava com 12X R\$ 23,32 que se calcularmos o valor passa para R\$ 279,84 portanto não é o valor ofertado na promoção. Entrei em contato com a submarino pelo chat através do protocolo 126765277 que me informou através de e-mail: "Nosso site passa por constantes alterações devido a negociações realizadas junto aos nossos fornecedores, para levar até nossos clientes, como você, o melhor em preço e qualidade. Desta forma, não temos como alterar o valor do carrinho, exatamente pela

constante mudança de valores. Conforme informação no rodapé do site: "Em caso de divergência de preços no site, o valor válido é o do Carrinho de Compras." Ainda assim, entendemos sua colocação e estudaremos a possibilidade de implementações que amenizem esses tipos de inconvenientes. Atenciosamente, DIANE CONCEIÇÃO Promoções Submarino" **Porém de acordo com o artigo 35 do Código de Defesa do Consumidor, que dispõe: "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 da quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos". E como a resposta do meu protocolo foi na data posterior ao vencimento da oferta, venho através deste solicitar, como me é de direito, pagar pelo valor anunciado, apesar de ter passado a promoção. No aguardo, Pois caso o problema não se resolva de forma amigável irei procurar de formas jurídicas para resolvê-lo. Tenho tudo devidamente documentado para tal.** **No aguardo. Tatiana Marques Hashizume**
<http://www.reclameaqui.com.br/3944490/submarino/promocao-24h-enganosa/>

Numa análise detida e interessada da leitura das reclamações de consumidores realizadas no site mencionado, nota-se que a ré vem, inegavelmente, descumprindo a legislação consumerista, sobretudo ao direito básico da proteção contra publicidade enganosa e abusiva e métodos comerciais desleais (art. 6º, IV do CDC).

Cumprir informar que o site reclame aqui funciona como uma espécie de "termômetro" da qualidade do atendimento ao consumidor e apresenta uma amostra (ainda que bastante reduzida) de problemas envolvendo empresas em diversas relações de consumo.

Destarte, no Inquérito Civil que instrui a presente, há reclamações de consumidores que ao adquirirem produtos anunciados no site www.submarino.com.br, considerando as informações veiculadas neste, no momento de realizar a conclusão da respectiva compra o produto escolhido apresenta valor divergente do anunciado (valor superior).

Nesse contexto, foi dada a oportunidade à ré de celebrar Termo de Ajustamento de Conduta (fls. 53/56 do IC nº 761/09) visando sanar a irregularidade apontada, mas a mesma se recusou a aceitar, quedando-se inerte (fls. 57/57-v).

Desta forma, tendo em vista a evidente ilegalidade da conduta da ré e sua recusa em se adequar às normas e direitos básicos previstos no Código de Defesa do Consumidor, bem como o desinteresse em assinar TAC, o Ministério Público se viu obrigado a ajuizar a presente ação civil pública para que não haja maiores lesões aos consumidores do que as já constadas.

III. FUNDAMENTAÇÃO

a) Da publicidade enganosa

O Código de Defesa do Consumidor proíbe taxativamente toda e qualquer publicidade enganosa, esclarecendo o que esta caracteriza, conforme art. 37, § 1º:

“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.”(grifou-se)

Não há a menor dúvida, diante das reclamações colacionadas a presente e ao inquérito civil que dá base a esta ação, de que a ré, aproveitando-se da “publicidade chamariz”, anuncia produtos com preços abaixo do valor de mercado, com o único intuito de atrair o consumidor e vender o referido produto por preço superior no momento em que o mesmo finaliza a compra.

De fato, qualquer pessoa que vê o produto anunciado no site da ré com preço inferior ao de mercado se sente atraído em adquiri-lo, mas no ato da compra este mesmo produto aparece instantaneamente com outro valor, superior ao inicialmente veiculado. Na verdade, nada mais é do que uma artimanha para atrair o consumidor. Neste sentido:

0008621-82.2008.8.19.0007 – APELACAO DES. ROGERIO DE OLIVEIRA SOUZA - Julgamento: 29/11/2012 - NONA CAMARA CIVEL APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. LICENCIATURA EM EDUCAÇÃO FÍSICA. HABILITAÇÃO PROFISSIONAL RESTRITA AO ENSINO BÁSICO. FALHA NO DEVER DE INFORMAÇÃO. MATRÍCULA REALIZADA COM A PROMESSA DE QUE O CURSO CONCEDIA AMPLA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL EM LAPSO TEMPORAL REDUZIDO. EXIGÊNCIAS IMPOSTAS PELOS CONSELHOS FEDERAL E REGIONAL QUE NÃO FORAM COMUNICADAS AOS ALUNOS. DANO MORAL. CABIMENTO. DANOS MATERIAIS NÃO COMPROVADOS. Após incutir nos alunos a certeza de que estariam plenamente capacitados para assumir qualquer atividade como profissional de Educação Física, incumbia à instituição de ensino informá-los que a conclusão do curso, nos moldes em que se matricularam, não mais atenderiam às diretrizes dos Conselhos. Constatação da falha no dever de informação em que incorreu a universidade. Se o fornecedor indica de forma clara e convidativa que o curso por ele ministrado confere em lapso temporal reduzido, habilitação plena ao profissional, o faz de forma a também atingir um maior número de interessados nas aulas, valendo-se exatamente do legítimo interesse dos alunos de qualificarem-se em menos tempo para ingressarem no mercado de trabalho. **O princípio da vinculação contratual da publicidade (artigo 30 do CDC), para coibir a "publicidade chamariz", dentre outras modalidades enganosas, impõe ao fornecedor obrigação pré-contratual que deverá ser adimplida em seus exatos termos quando da execução do próprio negócio jurídico. Oferta que, por si só, é capaz de criar um vínculo entre fornecedor e consumidor, em apreço à boa-fé objetiva e aos deveres anexos de lealdade, proteção, informação, confiança e cooperação, postulados estes que não podem ser desprezados em desfavor do contratante vulnerável, sob pena de legitimar-se a violação positiva do contrato.** Transtornos e perda do tempo útil que transcendem a órbita do mero aborrecimento, atraindo a incidência de verba compensatória, notadamente por ser tratar de serviço capaz de influir no próprio futuro profissional do consumidor. Danos materiais não configurados. Conhecimento e parcial provimento do recurso.

A conduta perpetrada pela empresa ré, de veicular publicidade sem informação devida e correta ao consumidor do verdadeiro preço dos produtos anunciados, merece ser repelida, já que ofende dispositivo expresso no CDC.

A publicidade, antes considerada mera conduta comercial para que qualquer sociedade empresária tornasse público seus produtos ou o preço dos produtos que vende, com o advento do Código Consumerista é considerada, também, meio informativo, elucidativo e educativo.

Tal entendimento deve-se ao fato de que o consumidor sempre foi alvo da conduta abusiva do fornecedor, devido a sua vulnerabilidade, o que levou o legislador a trazer normas expressas, mas que, ainda assim, não foram suficientes, conforme nota-se no caso em tela.

Com efeito, no caso em tela, a finalidade da publicidade foi flagrantemente distorcida. Isso porque, ao invés de informar os consumidores de forma clara e precisa acerca do real preço do produto, a ré usa de artifícios característicos de publicidade enganosa, rechaçada pelo art. 37, §1º do CDC.

O conceito de propaganda enganosa inferido no artigo supra traz três requisitos que devem se apresentar: informação falsa, ação comissiva ou omissiva e indução ao erro.

Constata-se que todos estão presentes na prática perpetrada pela empresa ré. Ao publicar em seu site produtos possuindo preços baixos capazes de atrair o consumidor, a ré expõe informação falsa e induz o consumidor em erro criando nele uma falsa expectativa de consumo.

A informação veiculada não corresponde à realidade. Os produtos ofertados possuem um determinado preço, no entanto, ao finalizar a compra dos referidos produtos o consumidor se depara com valor divergente do inicialmente veiculado. A enganabilidade está notória, diante da veiculação de publicidade que chama a atenção para um preço que não será praticado tal como ofertado, fazendo com que o consumidor erre sobre aquilo que pretende adquirir.

O diploma legal especial garante ao consumidor direitos básicos, que, além de poderem ser invocados caso violados, devem nortear todas as relações jurídicas consumeristas. Assim o art. 6º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

III – 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;

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

O dispositivo supra, reforça a objetividade da informação passada ao consumidor e demonstra a importância de seu conteúdo na relação de consumo, de modo que todas as formas de publicidade devem prezar pelo máximo de clareza e transparência. Esse entendimento também está expresso no art. 31 do CDC:

“Art. 31. **A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas** e em língua portuguesa **sobre** suas características, qualidades, quantidade, composição, **preço**, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os

riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.”
(grifou-se)

É por esse motivo que não constitui mais do que obrigação da ré, em suas publicidades, trazer de forma clara e adequada a oferta de produtos, conferindo ao consumidor a correta informação sobre seu preço, tanto o preço apresentado na publicidade, quanto o preço praticado no ato da compra.

A prática de publicidade enganosa perpetrada pela ré atinge os consumidores duplamente. São atingidos pela enganiosidade da propaganda e impedidos de fazer valer a oferta que vinculem o produto ao preço.

A empresa ré, ao veicular anúncio de produtos sem informar o preço realmente correto, eis que anuncia preço inferior ao efetivamente cobrado no ato da compra como meio atrativo, consegue, em um só ato, dois benefícios.

Primeiramente, alcança a função para a qual destinou sua propaganda: novos consumidores atraídos pelo preço promocional, tendo como parâmetro imagens de produtos veiculados com valor inferior ao de mercado.

Em segundo plano, a prática supracitada também proporciona à ré uma maneira de se subtrair ao comando legal que a obriga a fornecer o produto alvo da publicidade, vez que o valor daquele produto que se acha contido na publicidade não é o valor do produto a que se refere o preço cobrado no ato da finalização da compra. A falta de informação verídica quanto ao preço final do produto impossibilita o consumidor de fazer valer o art. 30 da norma consumerista.

Ademais, ao recusar a oferta, pode a ré, também, se abster do cumprimento do art. 35 do CDC, vez que a oferta que veicula não possui o real preço

do produto que possa vincular o anúncio à oferta, conseqüentemente, impossibilita o cumprimento do artigo 35 do CDC:

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 da quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos. (grifou-se)

A sanção imposta no artigo sobredito assenta o entendimento ora exposto, vez que é aplicada caso haja recusa no cumprimento do contrato.

Ocorre que com o proceder da ré não há como aplicar o artigo supra, pois a propaganda não é suficientemente precisa acerca do preço e, conseqüentemente, não há como fazer cumprir o divulgado, não se configurando a recusa, que é o ato sancionado no dispositivo.

Conclui-se, portanto, do que foi exposto que a ré veicula publicidade inteiramente falsa e capaz de induzir em erro o consumidor, na medida em que a informação veiculada não corresponde à realidade no que tange ao preço dos produtos anunciados no site.

b) Da oferta vinculante

O legislador não se limitou à inclusão do princípio da transparência no texto da lei consumerista, introduziu, também, algumas regras visando regular a publicidade veiculada ao princípio da informação. Dispõe o art. 30 do Código de Defesa do Consumidor que:

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.** (grifou-se)

O dispositivo supracitado constitui consagração do entendimento firmado em relação à publicidade, que passou de mera prática comercial para integrar a relação consumerista proporcionando efeito vinculativo da publicidade com a oferta.

A ausência de identidade entre a oferta e o contrato é considerada prática comercial desleal. E tal prática tem sido condenada pela doutrina e jurisprudência, conforme dispõe a notável professora Cláudia Lima Marques em sua obra “Contratos do Código de Defesa do Consumidor”, 4ª ed., pág. 625:

“A jurisprudência não exitou em absorver o espírito do art. 30 do CDC e chegou mesmo a estabelecer uma **prevalência da informação, do prometido ou transmitido por via publicitária** em relação ao estabelecido ou predisposto no contrato.”(grifou-se)

Portanto, o cuidado do fornecedor, ao veicular qualquer tipo de publicidade, deve ser direcionado não apenas para as informações de maneira clara, mas principalmente corretas, sob pena de se vincular a uma proposta que não era aquela pretendida.

A prática da ré, como se pode demonstrar, é desleal e tem um intuito de se eximir do cumprimento da lei. Deve ser essa conduta, por conseguinte, repelida.

Sendo assim, a ré pratica o ilícito de propaganda enganosa, devendo ser compelida a modificar sua conduta e a entregar aquilo que efetivamente negociou, e de acordo com o preço que anunciou.

Deste modo, no caso em tela, a ré deve fazer prevalecer o menor preço em caso de haver divergência do valor do produto anunciado com o valor apresentado no momento da compra.

c) Da ausência de boa-fé objetiva

Cumprido ressaltar que, todas as relações jurídicas travadas, especialmente as consumeristas, devem ser norteadas pelo princípio da boa-fé objetiva.

A observância da conduta honesta e leal entre as partes, devendo ser emolduradas pela informação e cooperação, com o escopo de que sejam mantidas as legítimas expectativas de confiança dos contratantes, não se restringe à proteção contratual *strictu sensu*, abarca também os pré-contratos, formados com a publicidade que tem força vinculativa.

Através das lentes dessa obrigação anexa é que devemos encarar as relações em que se figuram consumidor e fornecedor. O primeiro é, normalmente, mais frágil, devendo, pois, ser protegido. Nessa esteira, estabelece o art. 4º do CDC:

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 trabalho;

Partindo dessa premissa, vemos que a boa-fé objetiva atua no sentido de dar harmonia à relação, com dever de cooperação entre as partes. É a confiança em seu sentido puro.

Não obstante, a ré ao arrepio da lei, fere tal princípio provocando insegurança na relação bem como na publicidade.

Com efeito, o site da ré pontua uma série de ofertas publicitárias (produtos com preços baixos), no entanto, o preço apresentado no ato da finalização da compra encontra-se completamente dissociado do apresentado na oferta. A ré atrai o vulnerável consumidor, para, em momento posterior, já tendo angariado a atenção deste, passar a agir ao arrepio daquilo que se propôs a fazer, o que revela um atuar eivado de má-fé.

A orientação predominante do Egrégio Superior Tribunal de Justiça tem sido no sentido da prevalência do princípio da boa-fé como norteador da conduta do fornecedor:

“Direito do consumidor. Contrato de seguro de vida inserido em contrato de plano de saúde. Falecimento da segurada. Recebimento da quantia acordada. Operadora do plano de saúde. Legitimidade passiva para a causa. Princípio da boa-fé objetiva. Quebra de confiança. Denúnciação da lide. Fundamentos inatacados. Direitos básicos do consumidor de acesso à Justiça e de facilitação da defesa de seus direitos. Valor da indenização a título de danos morais. Ausência de exagero. Litigância de má-fé. Reexame de provas.

- Os princípios da boa-fé e da confiança protegem as expectativas do consumidor a respeito do contrato de consumo.

- A operadora de plano de saúde, não obstante figurar como estipulante no contrato de seguro de vida inserido no contrato de plano de saúde, responde pelo pagamento da quantia acordada para a hipótese de falecimento do segurado se criou, no segurado e nos beneficiários do seguro, a legítima expectativa de ela, operadora, ser responsável por esse pagamento.

- A vedação de denunciação da lide subsiste perante a ausência de impugnação à fundamentação do acórdão recorrido e os direitos básicos do consumidor de acesso à Justiça e de facilitação da defesa de seus direitos.
- Observados, na espécie, os fatos do processo e a finalidade pedagógica da indenização por danos morais (de maneira a impedir a reiteração de prática de ato socialmente reprovável), não se mostra elevado o valor fixado na origem.
- O afastamento da aplicação da pena por litigância de má-fé necessitaria de revolvimento do conteúdo fático-probatório do processo.” Recurso especial não conhecido. (grifou-se). (REsp 590.336/SC, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 07.12.2004, DJ 21.02.2005 p. 175).

d) Da ausência de informação adequada e clara

Os fatos acima narrados demonstram que a ré faz tabula rasa de um dos direitos básicos do consumidor, qual seja o direito a informação adequada e clara, previsto no inciso III do art. 6º do CDC.

“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;” (grifou-se)

Com efeito, na sistemática implantada pelo CDC, o fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto ou do serviço, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, de maneira clara, expressa, prévia e precisa, não se admitindo falhas ou omissões.

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

Assim, esse dever de informar, decorrente do princípio da transparência, estabelece a obrigação de o fornecedor dar cabal informação sobre seus produtos e serviços oferecidos e colocados no mercado.

Assegura-se ao consumidor a plena ciência da exata extensão das obrigações assumidas perante o fornecedor. Assim, deve o fornecedor transmitir efetivamente ao consumidor todas as informações indispensáveis à decisão de consumir ou não o produto ou serviço, de maneira clara, correta e precisa.

Com efeito, a ré age em total descompasso com o dever de informar, induzindo o consumidor em erro e mostrando-se extremamente manipuladora, na medida em que não informa corretamente dado essencial, qual seja o preço correto do produto anunciado.

Como ensina Cláudia Lima Marques, *“Na formação dos contratos entre consumidores e fornecedores o novo princípio básico norteador é aquele instituído pelo art. 4.º, caput, do CDC, o da Transparência. A ideia central é possibilitar uma aproximação e uma relação contratual mais sincera e menos danosa entre consumidor e fornecedor. Transparência significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado, significa lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo.”*²

Assim, o princípio da transparência, regente no Código de Defesa do Consumidor, é indispensável para a qualidade na prestação de serviços e comercialização de produtos, pois através dele é adotada uma postura de respeito ao consumidor. No entanto, a ré não aplica esse princípio ao veicular em seu site

² Marques, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. O novo regime das relações contratuais. 4.ª ed. rev. atual. e amp. São Paulo: RT, 2002. P. 594-595.

produtos cujos preços divergem do valor apresentado na finalização da compra, induzindo o consumidor em erro quanto ao seu verdadeiro preço.

c) As ofensas ao Decreto nº 5.903/2006.

A prática adotada pela ré ainda faz incidir o estabelecido no Decreto nº 5.903/2006, que dispõe sobre as práticas infracionais que atentam contra o direito básico do consumidor de obter informação adequada e clara sobre produtos e serviços, previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 2º Os preços de produtos e serviços deverão ser informados adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas.

§ 1º Para efeito do disposto no caput deste artigo, considera-se:

I - correção, a informação verdadeira que não seja capaz de induzir o consumidor em erro;

II - clareza, a informação que pode ser entendida de imediato e com facilidade pelo consumidor, sem abreviaturas que dificultem a sua compreensão, e sem a necessidade de qualquer interpretação ou cálculo;

III - precisão, a informação que seja exata, definida e que esteja física ou visualmente ligada ao produto a que se refere, sem nenhum embaraço físico ou visual interposto;

IV - ostensividade, a informação que seja de fácil percepção, dispensando qualquer esforço na sua assimilação; e

V - legibilidade, a informação que seja visível e indelével.

Art. 3º O preço de produto ou serviço deverá ser informado discriminando-se o total à vista.

Art. 4º Os preços dos produtos e serviços expostos à venda devem ficar sempre visíveis aos consumidores enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público. (grifou-se)

d) Da inversão do ônus da prova *ope legis*

O CDC parte do princípio que os consumidores e os fornecedores não estão em pé de igualdade, e por isso os primeiros devem ser tratados de forma desigual, para chegarem à igualdade real.

De fato, os dois pólos da relação de consumo são compostos por partes desiguais em ordem técnica e econômica, visto que o fornecedor possui a técnica da produção e fabricação que vai de acordo com seus interesses e o poder econômico superior ao consumidor. A vulnerabilidade do consumidor é patente e a sua proteção como uma garantia é uma consequência necessária.

Por sua vez, o fornecedor tem sua ampla defesa assegurada, fazendo uso dos instrumentos processuais necessários para sua defesa previstos no CPC.

A inversão do ônus da prova como um direito básico do consumidor, e as demais normas que o protege, não ofendem de maneira alguma a isonomia das partes. Ao contrário, é um instrumento processual com vistas a impedir o desequilíbrio da relação jurídica.

A inversão do ônus da prova é um direito conferido ao consumidor para facilitar sua defesa, sendo que segundo o art. 6º inciso VIII do CDC esse direito fica a critério do juiz quando for verossímil a alegação do consumidor, ou quando este for hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiência, com o objetivo de equilibrar a relação processual.

Já o art. 38 do mesmo Código determina que o ônus da prova cabe a quem patrocinou a informação ou comunicação publicitária, ou seja, ao fornecedor.

Neste caso, o juiz fica obrigado a aplicar a inversão, diferente da previsão do art. 6º, VIII.

Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin³, um dos autores do anteprojeto, doutrina que *“A inversão da prova, no art. 38, vimos é ope legis, independentemente de qualquer ato do juiz. Logo, não lhe cabe sobre ela se manifestar, seja no saneador ou momento posterior”*.

Neste mesmo sentido encontra-se a jurisprudência do TJRJ:

0039220-13.2008.8.19.0004 – APELACAO DES. MALDONADO DE CARVALHO - Julgamento: 16/03/2010 - PRIMEIRA CAMARA CIVEL DIREITO DO CONSUMIDOR. PUBLICIDADE ENGANOSA. OFERTA: "PREÇO NÃO SE DISCUTE". DESCUMPRIMENTO. INVERSÃO DO ONUS DA PROVA OPE LEGIS. ARTIGO 38 DO CDC. DANO MATERIAL E MORAL. VERBA INDENIZATÓRIA. CARÁTER PEDAGÓGICO EDUCATIVO-PUNITIVO. FIXAÇÃO. PRINCÍPIOS DA PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE. **A inversão prevista no artigo 38 do CDC, ao contrário daquela fixada no inciso VIII do artigo 6º do mesmo diploma legal, não está na esfera de discricionariedade do juiz. É, pois, obrigatória. Se pretendesse o legislador deixar a cargo do consumidor a prova da enganabilidade e abusividade do anúncio, já teria criado um obstáculo, quase intransponível, para que pudesse ele ir a júízo. O dever geral de correção na veiculação da publicidade, como previsto na Lei nº 8.078/90, impõe ao fornecedor de serviços, além do princípio da identificação da mensagem publicitária (art. 36), o da veracidade (art. 37, § 1º), o da vinculação**

³ GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; WATANABE, Kazuo; JUNIOR, Nelson Nery; DENARI, Zelmo. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado Pelos Autores do Anteprojeto, 6a ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

contratual da mensagem (art. 30), o da não abusividade (art. 37, § 2º), o do ônus probandi (art. 38) e, finalmente, o da correção do desvio publicitário (art. 56, XII). A negativa da ré em "cobrir" a oferta tal como anunciada foi a causa direta e imediata da revolta, do aborrecimento, do vexame e do constrangimento pela autora injustamente suportados, situações estas configuradoras do dano moral. PROVIMENTO DO RECURSO.

Assim, quem deve provar que os preços dos produtos anunciados no site são os mesmos praticados no momento da finalização da compra é a ré.

e) O ressarcimento dos danos causados aos consumidores

I - Danos Coletivos

É importante afirmar que a conduta ilícita da ré gerou danos coletivos, materiais e morais, e, por isso, a mesma deve ser compelida a ressarcir-los.

Não se pode negar que alguns dos direitos violados pela empresa ré são de natureza transindividual e indivisível. Isso porque, interesses difusos e coletivos foram atingidos ao mesmo tempo pela divulgação enganosa acerca do preço dos produtos.

O dano moral difuso é consequência lógica da publicidade enganosa, eis que a ré não informa de forma clara e precisa o consumidor sobre o real e efetivo preço dos produtos que vende, omitindo informação essencial e relevante, induzindo o consumidor em erro.

Com efeito, sendo o preço do produto cobrado no ato da finalização da compra divergente do preço anunciado é inegável a ocorrência de um dano moral difuso à coletividade, mesmo que não tenham sido identificados e

individualizados os casos concretos de prejuízos causados aos consumidores adquirentes do referido produto.

A possibilidade de reparação do dano moral coletivo não se discute, eis que está expressamente previsto no ordenamento jurídico nacional, de acordo com o disposto no art. 6º, VI e VII do CDC, bem como o art. 1º, II da Lei 7.347/85. Veja:

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**;
(Grifou-se)

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

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.

(Grifou-se)

O doutrinador Leonardo Roscoe Bessa, em artigo dedicado especificamente ao tema do dano moral coletivo, corrobora a sua aplicabilidade às ações de proteção ao consumidor. Note:

“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".⁴ (Grifou-se)

Como afirma o autor, a concepção do dano moral coletivo não pode estar mais presa ao modelo teórico da responsabilidade civil privada, de relações intersubjetivas unipessoais.

Trata-se, nesse momento, de uma nova gama de direitos, difusos e coletivos, necessitando-se, pois, de uma nova forma de tutelá-los. E essa nova proteção se sobressai, sobretudo, no aspecto preventivo da lesão.

Por isso, o dano moral coletivo é um mecanismo idôneo de punir comportamentos que ofendam ou ameacem direitos transindividuais.

Nas palavras do mesmo autor supracitado:

"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".⁵ (Grifou-se)

Portanto, a par dessas premissas, vemos que uma das funções do dano moral coletivo é garantir a efetividade dos princípios da prevenção e precaução, com o intuito de propiciar uma tutela mais efetiva aos direitos difusos e coletivos, como no presente caso.

⁴ BESSA, Leonardo Roscoe. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.

⁵ BESSA, Leonardo Roscoe. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.

Neste ponto, a disciplina do dano moral coletivo se aproxima do direito penal, especificamente de sua finalidade preventiva, ou melhor, de prevenir nova lesão a direitos transindividuais.

A ideia de “*punitive damages*” vem sendo gradativamente aplicada no ordenamento jurídico nacional, a exemplo do disposto no Enunciado 379 da IV Jornada de Direito Civil, e do Resp 965500/ES:

Enunciado 379 - O art. 944, caput, do Código Civil não afasta a possibilidade de se reconhecer a função punitiva ou pedagógica da responsabilidade civil. (Grifou-se).

ADMINISTRATIVO. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO MOVIDA EM RAZÃO DE ACIDENTE AUTOMOBILÍSTICO CAUSADO POR 'BURACO' EM RODOVIA EM MAU ESTADO DE CONSERVAÇÃO. RESPONSABILIDADE DO ESTADO APURADA E RECONHECIDA, PELA SENTENÇA E PELO ACÓRDÃO, A PARTIR DE FARTO E ROBUSTO MATERIAL PROBATÓRIO. CONDENAÇÃO DO ESTADO AO PAGAMENTO DE PENSIONAMENTO VITALÍCIO E DANOS MORAIS. ALEGADA EXORBITÂNCIA DO VALOR INDENIZATÓRIO (DE R\$ 30.000,00) E DE HONORÁRIOS (R\$ 5.000,00). DESCABIMENTO. APLICAÇÃO DO ÓBICE INSCRITO NA SÚMULA 7/STJ. MANIFESTA LEGITIMIDADE PASSIVA DO ESTADO, ORA RECORRENTE. RECURSO ESPECIAL NÃO-CONHECIDO. 1. Trata-se de recurso especial (fls. 626/634) interposto pelo Estado do Espírito Santo em autos de ação indenizatória de responsabilidade civil e de danos morais, com fulcro no art. 105, III, "a", do permissivo constitucional, contra acórdão prolatado pelo Tribunal Justiça do Estado do Espírito Santo que, em síntese, condenou o Estado recorrente ao pagamento de danos morais e pensão vitalícia à parte ora recorrida. 2. Conforme registram os autos, diversos familiares do autor, inclusive sua filha e esposa, faleceram em razão de acidente automobilístico causado, consoante se constatou na instrução processual, pelo mau estado de conservação da rodovia em que trafegavam, na qual um buraco de grande proporção levou ao acidente fatal ora referido. Essa evidência está consignada na sentença, que de forma minudente realizou exemplar análise das provas coligidas, notadamente do laudo pericial. 3. Em recurso especial duas questões centrais são alegadas pelo Estado do Espírito Santo: a - exorbitância do valor fixado a título de danos morais, estabelecido em R\$ 30.000,00; b - inadequação do valor determinado para os honorários (R\$ 5.000,00). 4. Todavia, no que se

refere à adequação da importância indenizatória indicada, de R\$ 30.000,00, uma vez que não se caracteriza como ínfima ou exorbitante, refoge por completo à discussão no âmbito do recurso especial, ante o óbice inscrito na Súmula 7/STJ, que impede a simples revisão de prova já apreciada pela instância a quo, que assim dispôs: O valor fixado pra o dano moral está dentro dos parâmetros legais, pois há equidade e razoabilidade no quantum fixado. **A boa doutrina vem conferindo a esse valor um caráter dúplice, tanto punitivo do agente quanto compensatório em relação à vítima.**

(...)

7. Recurso especial conhecido em parte e não-provido.

(REsp 965500/ES, Rel. Ministro JOSÉ DELGADO, PRIMEIRA TURMA, julgado em 18/12/2007, DJ 25/02/2008 p. 1) (Grifou-se).

Inclusive, o próprio STJ já dá indícios de “overruling”, como se pode notar através do recente julgado sobre o tema, o REsp 1.057.274-RS:

DANO MORAL COLETIVO. PASSE LIVRE. IDOSO. A concessionária do serviço de transporte público (recorrida) pretendia condicionar a utilização do benefício do acesso gratuito ao transporte coletivo (passe livre) ao prévio cadastramento dos idosos junto a ela, apesar de o art. 38 do Estatuto do Idoso ser expresso ao exigir apenas a apresentação de documento de identidade. Vem daí a ação civil pública que, entre outros pedidos, pleiteava a indenização do dano moral coletivo decorrente desse fato. **Quanto ao tema, é certo que este Superior Tribunal tem precedentes no sentido de afastar a possibilidade de configurar-se tal dano à coletividade, ao restringi-lo às pessoas físicas individualmente consideradas, que seriam as únicas capazes de sofrer a dor e o abalo moral necessários à caracterização daquele dano. Porém, essa posição não pode mais ser aceita, pois o dano extrapatrimonial coletivo prescinde da prova da dor, sentimento ou abalo psicológico sofridos pelos indivíduos. Como transindividual, manifesta-se no prejuízo à imagem e moral coletivas e sua averiguação deve pautar-se nas características próprias aos interesses difusos e coletivos. Dessarte, o dano moral coletivo pode ser examinado e mensurado.** Diante disso, a Turma deu parcial provimento ao recurso do MP estadual. REsp 1.057.274-RS, Rel. Min. Eliana Calmon, julgado em 1º/12/2009. (Grifou-se)

Também o Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 6º, inciso VI, dispôs ser direito básico do consumidor a efetiva prevenção e reparação de danos morais, individuais, coletivos e difusos.

Se o Código de Defesa do Consumidor quis proteger os consumidores da possibilidade de publicidade enganosa e descumprimento da oferta (artigos 30, 35 e 37, §1º), então a ofensa a tal direito implica em um dano difuso e moral passível de reparação.

Pois bem, um dos objetivos que se visa atingir por meio desta ação é justamente a reparação ao dano moral difuso causado pela publicidade enganosa acerca do preço dos produtos veiculados no site da ré, não se olvidando de que a indenização, por si só, além de especificamente reparar o mal causado, terá o efeito de punir a ré, prevenindo-se, assim, que volte a violar o direito de todos à compra de um produto com o preço exatamente como o anunciado.

Dessa forma, a ré praticou inquestionavelmente um ato ilícito com repercussão e prejuízos a milhares de consumidores, que tiveram suas legítimas expectativas frustradas de estarem adquirindo produtos conforme o preço veiculado em publicidade, o que, por si, faz decorrer a obrigação de indenizar moralmente a coletividade.

II - Danos individuais homogêneos

Vale ressaltar que a conduta ilícita da ré foi capaz de gerar não só danos coletivos, como também danos individuais homogêneos.

Diz-se isso, pois no presente caso há interesses divisíveis de um grupo de pessoas determinadas ou determináveis, de origem comum e oriundo das mesmas circunstâncias de fato, que foram violados (art. 81, III, CDC).

Em outras palavras, a publicidade de um produto que sofreu alteração de preço no ato da finalização da compra gerou danos diferenciados e individuais a cada consumidor do site da ré.

Já é tema consolidado na jurisprudência que um único ato pode ferir, ao mesmo tempo, direitos naturalmente coletivos (difusos e coletivos propriamente ditos) e direitos acidentalmente coletivos (individuais homogêneos). E é exatamente o que ocorre no caso em voga.

Por essa razão, deve-se aplicar o princípio do máximo benefício da tutela coletiva, que encontra fundamento no art. 103, § 3º do CDC.

Para materialização do princípio do máximo benefício, a ré deve, no bojo da ação civil pública, ser condenado a indenizar as vítimas pelos danos provocados, sejam eles coletivos, ou individuais homogêneos.

Não se pode negar que os efeitos de eventual sentença condenatória em ação civil pública são *ultra partes*, permitindo aos consumidores titulares do direito violado a indenização individual pelos danos causados pela empresa ré.

Assim, em sede de ação civil pública, deverá ser condenado ao ressarcimento desses consumidores, ao passo que o CDC expressamente determina a responsabilidade civil por danos causados aos consumidores individualmente considerados. Por esse motivo, preconiza o art. 6º, VI do CDC:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

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

Ademais, a possibilidade de indenização individual em sede de ação civil pública é intrínseca ao processo coletivo. Nesse sentido, vale citar novamente o esclarecedor precedente do STJ:

PROCESSUAL CIVIL. ADMINISTRATIVO. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. TELEFONIA MÓVEL. CLÁUSULA DE FIDELIZAÇÃO. DIREITO CONSUMERISTA. LEGITIMIDADE ATIVA DO MINISTÉRIO PÚBLICO. ARTS. 81 E 82, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. ART. 129, III, DA CF. LEI COMPLEMENTAR N.º 75/93. ILEGITIMIDADE PASSIVA DA UNIÃO OU QUAISQUER DOS ENTES ELENCADOS NO ARTIGO 109, DA CF/88. PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. ANTECIPAÇÃO DE TUTELA. PREENCHIMENTO DOS PRESSUPOSTOS DO ARTIGO 273, DO CPC. SÚMULA 07/STJ. JULGAMENTO EXTRA PETITA. INOCORRÊNCIA. VIOLAÇÃO DO ART. 535, I e II, DO CPC. NÃO CONFIGURADA. 1. O Ministério Público ostenta legitimidade para a propositura de Ação Civil Pública em defesa de direitos transindividuais, como sói ser a pretensão de vedação de inserção de cláusulas de carência e fidelização, que obrigam a permanência do contratado por tempo cativo, bem como a cobrança de multa ou valor decorrente de cláusula de fidelidade (nos contratos vigentes) celebrados pela empresa concessionária com os consumidores de telefonia móvel, ante a ratio essendi do art. 129, III, da Constituição Federal, arts. 81 e 82, do Código de Defesa do Consumidor e art. 1º, da Lei 7.347/85. Precedentes do STF (AGR no RE 424.048/SC, DJ de 25/11/2005) e S.T.J (REsp 806304/RS, PRIMEIRA TURMA, DJ de 17/12/2008; REsp 520548/MT, PRIMEIRA TURMA, DJ 11/05/2006; REsp 799.669/RJ, PRIMEIRA TURMA, DJ 18.02.2008; REsp 684712/DF, PRIMEIRA TURMA, DJ 23.11.2006 e AgRg no REsp 633.470/CE, TERCEIRA TURMA, DJ de 19/12/2005). 2. In casu, a pretensão veiculada na Ação Civil Pública ab origine relativa à vedação de inserção de cláusulas de carência e fidelização, que obrigam a permanência do contratado por tempo cativo, bem como a cobrança de multa ou valor decorrente de cláusula de fidelidade (nos contratos vigentes) celebrados pela Concessionária com os consumidores de telefonia móvel, revela hipótese de interesses nitidamente transindividuais e por isso apto à legitimação do Parquet. (...) 7. Deveras, o Ministério Público está legitimado a defender os interesses transindividuais, quais sejam os difusos, os coletivos e os individuais homogêneos. 8. **Nas ações que versam interesses individuais homogêneos, esses participam da ideologia das ações difusas, como sói ser a ação civil pública. A despersonalização desses interesses está na medida em que o Ministério Público não veicula pretensão pertencente a quem quer que seja individualmente, mas pretensão de natureza**

genérica, que, por via de prejudicialidade, resta por influir nas esferas individuais. 9. A assertiva decorre do fato de que a ação não se dirige a interesses individuais, mas a coisa julgada in utilibus poder ser aproveitada pelo titular do direito individual homogêneo se não tiver promovido ação própria.(...) 20. Recurso Especial parcialmente conhecido e, nesta parte, desprovido. (REsp 700.206/MG, Rel. Ministro LUIZ FUX, PRIMEIRA TURMA, julgado em 09/03/2010, DJe 19/03/2010). (grifou-se).

Por todo o exposto, a ré deverá ressarcir os consumidores pelos prejuízos que comprovarem em sede de liquidação, na forma dos artigos 91 e 97, todos da Lei 8.078/90, eis que, de acordo com as circunstâncias, houve prejuízos materiais e moral aos consumidores.

f) 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*.

O *fumus boni iuris* configura-se na veiculação pela ré de propaganda enganosa, eis que não informa de maneira real e precisa ao consumidor sobre os preços dos produtos que oferta em seu site, o que induz em erro o consumidor.

Com efeito, a ré vem comercializando em seu site produtos contendo informação inverídica acerca de seu preço, em divergência com o verdadeiro preço apresentado no ato da ultimação da compra do produto.

O *periculum in mora* se prende à circunstância de que os prejuízos que vêm sendo causados ao consumidor são irreparáveis ou de difícil reparação. A prática perpetrada pela ré induz inúmeros consumidores em erro, uma vez que se sentem atraídos por produto com um determinado valor anunciado e, no entanto, se deparam com o mesmo produto possuindo valor superior ao inicialmente

anunciado na publicidade veiculada no site, frustrando suas legítimas expectativas de estarem adquirindo produtos com preços em conta.

Inegável que tal atitude é abusiva e não condiz com a boa-fé objetiva, já que, ao omitir as informações do efetivo preço cobrado no ato da compra, esquivava-se da lei. Assim, caso tenha que se esperar o fim da marcha processual para que a ré veicule propagandas claras e precisas acerca do preço dos produtos, muitos consumidores serão lesados novamente por essa prática, gerando inúmeros constrangimentos aos mesmos.

IV. PEDIDO LIMINAR

Ante o exposto, o Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro **requer liminarmente e sem a oitiva da parte contrária** que a ré (i) informe no site www.submarino.com.br que, caso o produto adquirido apresente valor divergente no momento em que for realizada a conclusão da compra, deverá prevalecer o menor preço; (ii) proceda ao estorno do valor pago a maior no ato da compra, na hipótese do consumidor entrar em contato com a Central de Atendimento ao Cliente informando acerca da divergência do preço anunciado e o cobrado no ato da finalização da compra, (iii) cumpra de forma precisa a publicidade veiculada em seu site acerca dos produtos ofertados, nos termos dos artigos 30 e 35 do CDC, sob pena de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

V. PEDIDOS PRINCIPAIS

Ao final, requer o Ministério Público:

- 1) que, após apreciado liminarmente e deferido, seja julgado procedente o pedido formulado em caráter liminar;
- 2) seja a ré condenada a: (i) informar no site www.submarino.com.br que, caso o produto adquirido apresente valor divergente no momento em que for realizada a conclusão da compra, deverá prevalecer o menor preço; (ii) proceder ao estorno do valor pago a maior no ato da compra, na hipótese do consumidor entrar em contato com a Central de Atendimento ao Cliente informando acerca da divergência do preço anunciado e o cobrado no ato da finalização da compra; (iii) cumprir de forma precisa a publicidade veiculada em seu site acerca dos produtos ofertados, nos termos dos artigos 30 e 35 do CDC, sob pena de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais);
- 3) seja a ré condenada a indenizar, da forma mais ampla e completa possível, os danos materiais e morais causados aos consumidores individualmente considerados, como estabelece o art. 6º, VI do CDC, em virtude da prática aqui tratada;
- 4) seja a ré condenada a reparar os danos materiais e morais causados aos consumidores, considerados em sentido coletivo, no valor mínimo de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), corrigidos e acrescidos de juros, cujo valor reverterá ao Fundo de Reconstituição de Bens Lesados, mencionado no art. 13 da Lei nº 7.347/85;
- 5) a publicação do edital ao qual se refere o art. 94 do CDC;
- 6) a citação da ré para que, querendo, apresente contestação, sob pena de revelia;

7) seja condenada a ré ao pagamento de todos os ônus da sucumbência, incluindo os honorários advocatícios.

Além disso, protesta o Ministério Público, nos termos do art. 332 do Código de Processo Civil, pela produção de todas as provas admissíveis no Direito, notadamente a documental e o depoimento pessoal da ré, sob pena de confissão, sem prejuízo da inversão do ônus da prova previsto no art. 38 do Código de Defesa do Consumidor.

O Ministério Público esclarece, ainda, que a presente está acompanhada dos autos originais do IC nº 761/2009 da 4ª PJDC (68 laudas).

Dá-se a esta causa, por força do disposto no art. 258 do Código de Processo Civil, o valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Rio de Janeiro, 26 de fevereiro de 2013.

HELENA ROHEN LEITE
Promotora de Justiça
Mat. 3995