



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ  
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDO - PROCON  
Rua Álvaro Mendes, 2294 - Centro - CEP nº 64000-060 – Teresina – PI  
Fones: (86) 3221-5848 / (86) 3216-4450

---

EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) JUIZ(A) DE DIREITO DA \_\_\_º VARA CÍVEL  
DA COMARCA DE TERESINA

O PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR, órgão auxiliar do MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ, por intermédio do Promotor de Justiça e Coordenador-Geral que subscreve a presente exordial, vem, perante Vossa Excelência, com fulcro nos arts. 5º, inciso XXXII, 127, 129, inciso III, 170, caput e inciso V, da Constituição da República, nos arts. 143, §3º, 148, §1º, 149, da Constituição Estadual, nos arts. 81, parágrafo único, incisos I, II e III, 82, incisos I e III, 83, e 91, da Lei nº 8.078/90, no art. 1º, incisos II e IV, da Lei nº 7.347/85, bem como nos dispositivos pertinentes das Leis Complementares do Estado do Piauí nº 12 de 1993 e nº 36 de 2004, propor **ACÇÃO CIVIL PÚBLICA, com pedido de LIMINAR INAUDITA ALTERA PARS**, em defesa dos interesses dos consumidores, em face do fornecedor **ATLANTIC CITY WORLD CLUBE**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 69.617.454/0001-02, com sede na Avenida dos Expedicionários, nº 940, Bairro São João, desta capital, pelos fatos e fundamentos a seguir descritos.

**I – DOS FATOS**

A Assessoria Jurídica do PROCON/MP-PI colheu, consoante termo de declarações nº 10/2013 (Anexo 01), denuncia de concludente do curso de bacharelado em direito, cujo baile de formatura seria realizado no espaço locado pelo réu ATLANTIC CITY WORLD CLUBE.

A insurgência manifestada consistia basicamente na discordância quanto à **prática do reclamado de obrigar os formandos a adquirirem água, refrigerante, e cerveja apenas no próprio estabelecimento, impedindo-os, portanto, de adentrarem no espaço com denominados itens.**

Por conseguinte, considerando robustos indícios de prática abusiva (*venda casada*) vedada pelo art. 39, inciso I, da Lei Consumerista, determinou-se a instauração do processo administrativo nº 170/2013 (Anexo 02).

Em defesa, o demandado ATLANTIC CITY WORLD CLUBE *reconheceu a restrição de acesso de bebidas*, conforme contrato particular de locação (Anexo 03) e termo de audiência datado de 27/02/14 (Anexo 04), reputando o ato devido, sob arguição de que houvera abatimento no valor real do aluguel, concedido mediante o acordo de fornecimento exclusivo de bebidas, transação esta fruto do exercício da autonomia da vontade e liberdade contratual.

Empós, na audiência realizada em 14/03/14 (Anexo 05), o demandado se dispôs a abster-se de obrigar a aquisição de água, refrigerante e cerveja, *apenas se pudesse aumentar unilateralmente o valor do contrato*.

Sucedo que, como será abaixo demonstrado, padece de legalidade a prática do demandado em obrigar o consumidor contratante a efetuar a compra de mencionados itens apenas no próprio estabelecimento, porquanto, em se tratando de relação de consumo, a liberdade contratual fica mitigada em face das normas de ordem pública e interesse social do Código de Defesa do Consumidor, de modo que igualmente é desarrazoado o aumento unilateral do contrato, eis que a ninguém é dado beneficiar-se da própria torpeza.

Insta aclarar que no bojo do processo administrativo supracitado fora aplicada multa pecuniária (Anexo 06), entretantes o réu continua a trilhar a prática ilegal impugnada, não restando outra alternativa senão o ajuizamento da presente Ação Civil Pública.

## **II – DO DIREITO**

### **II.A – DA LEGITIMIDADE ATIVA**

Segundo o art. 127, caput, da Constituição Federal, incumbe ao Ministério Público “a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis”. Na mesma trilha, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), no seu título III, que trata “da defesa do consumidor em juízo”, prevê em seus arts. 81 e 82, incisos I e III que a tutela dos direitos coletivos oriundos de relações de consumo podem ser tuteladas pelo Ministério Público do Estado do Piauí.

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

*A proteção do consumidor constitui interesse indisponível, cabendo ao Ministério Público, como legitimado para agir, de um lado, vincular-se à proteção do consumidor, cuja presunção é de hipossuficiência, promovendo o equilíbrio na defesa judicial dos direitos lesados, e, de outro, contemplar os diversos consumidores lesados em decorrência de uma dada conduta do fornecedor. A dimensão coletiva da atuação do Ministério Público: Segundo estabelece o CDC, a rigor o Ministério Público tem legitimação para interpor*

*ação coletiva com o fim de tutelar qualquer dos interesses e direitos contemplados no art. 81, parágrafo único.* Para tanto, comunicam-se as normas do Código e da Lei da Ação Civil Pública no que diz respeito aos procedimentos observados para interposição da ação. **A atuação do Ministério Público pode se dar tanto no controle repressivo, a posteriori, com o objetivo de cominar sanção a violação de direitos dos consumidores por parte dos fornecedores (...). Para esse efeito o Ministério Público pode lançar mão dos diversos instrumentos que se encontram a disposição, tanto no Código quanto na Lei da Ação Civil Pública e na sua legislação institucional, dentre os quais, o inquérito civil**.<sup>1</sup> (grifo nosso)

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

*Pari passu*, o Código de Defesa do Consumidor (lei nº 8.078/90) e a Lei da Ação Civil Pública (Lei 7.347/85), respectivamente em seus art. 82, I e art. 1º, II, c/c art. 5º, I, expõem como plena a legitimidade ministerial para promover a defesa no presente feito.

Indubitável, portanto, em razão dos dispositivos legais mencionados, ser o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério Público do Estado do Piauí – PROCON/MP-PI – parte legítima para oferecer a presente ação.

## **II.B – DA PRÁTICA DA “VENDA CASADA”**

Imperioso primeiramente realizar breves considerações acerca da famigerada “venda casada”.

Pois bem. A Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) elencou, em seu artigo 39, um rol exemplificativo de condutas abusivas, dentre as quais se encontra **a vedação ao condicionamento do fornecimento de um produto ou serviço à aquisição de outro produto ou serviço**. Vejamos:

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

**I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço**, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos (grifo nosso)

De fácil compreensão, procurou a lei resguardar o interesse do consumidor em adquirir, ou não, determinado serviço ou produto, *protegendo o direito à liberdade de contratar*.

É dizer, a venda casada constante do artigo 39, I do Código de Defesa do Consumidor, perfaz-se quando o fornecedor obriga o consumidor, na compra de um produto ou aquisição de um serviço, a levar outro que não deseje, apenas para ter direito ao primeiro, seu verdadeiro intento, circunstância que violaria sua liberdade de escolha, direito básico previsto no art. 6º, inciso II, da Lei nº 8.078/90.

---

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

A Jurisprudência e a Doutrina, há tempos, já assentaram que *a prática de venda casada não pode ser tolerada, "mesmo havendo uma benesse para o consumidor, pois apenas os limites quantitativos é que podem ser valorados como justificados ou com justa causa"*<sup>2</sup>.

Cite-se por oportuno, a lição de RIZZATO NUNES<sup>3</sup>:

É preciso, no entanto, entender que a operação casada pressupõe a existência de produtos e serviços que são usualmente vendidos separados. O lojista não é obrigado a vender apenas a calça do terno. Da mesma maneira, o chamado 'pacote' de viagem oferecido por operadoras e agências de viagem não está proibido. Nem fazer ofertas do tipo 'compre este e ganhe aquele'. O que não pode o fornecedor fazer *é impor a aquisição conjunta, ainda que o preço global seja mais barato que a aquisição individual, o que é comum nos 'pacotes' de viagem*. Assim, se o consumidor quiser adquirir apenas um dos itens, poderá fazê-lo pelo preço normal. (grifo nosso)

Neste diapasão, para o deslinde do presente processo, imprescindível avaliar, com o fito de mensurar em que proporção houve a diminuição do direito de escolha do consumidor, se há a possibilidade de se efetuar contrato para locação do espaço, sem a obrigatoriedade de adquirir água, cerveja, refrigerantes e outros itens no próprio ATLANTIC CITY.

A resposta da questão posta é indubitavelmente negativa. Isto porque o demandado ATLANTIC CITY WORLD CLUBE **não provou** a existência de contrato de locação, regido pelo Código de Defesa do Consumidor, que não preveja indigitada restrição de bebidas.

Importa anotar que a vedação ao condicionamento em testilha somente se aplica quando a relação jurídica sofrer incidência do Código Consumerista, o que acontece principalmente nos bailes de formatura, nos quais os concludentes, através da empresa responsável pela organização, escolhem o local para realização do evento.

Hipótese totalmente distinta é quando o contrato confeccionado não se encontra sob o amparo da Lei Consumerista (exempli gratia, quando o locatário do espaço utiliza-o para patrocínio de apresentação artísticas de grande porte), caso em que a autonomia da vontade é ampla, possibilitando o livre exercício da liberdade de contratar.

Ademais, como dito acima, o contrato firmado pelo reclamado ATLANTIC CITY consiste justamente num “instrumento particular para locação de espaço”.

Este serviço, por si só, não possui qualquer relação com serviços de fornecimento de bebidas ( água, cerveja, refrigerantes, etc.). Por esta razão, a “venda casada” demonstra-se patente, na medida que *aquele consumidor que firma contrato com o demandado busca tão somente ter à sua disposição um local para realizar seu evento.*

<sup>2</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. Revista dos Tribunais. 3. ed. p. 763.

<sup>3</sup> NUNES, Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. 4. Ed. Saraiva: São Paulo, 2009, p. 541.

Nesta trilha, salienta-se que não fora demonstrada qualquer lógica para a restrição incidir justamente quantos aos itens de água, cerveja e refrigerantes. Aceitar a postura do ATLANTIC CITY significa, a um só tempo, legalizar que este, num futuro próximo, comece a obrigar os consumidores a adquirirem outros produtos.

A verdade é que, em qualquer caso, há uma violação à Lei Consumerista, por se tolher, em maior ou menor grau, a liberdade de escolha do consumidor, direito básico preceituado no art. 6º, inciso II, do citado *códex*, *in verbis*:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas **a liberdade de escolha** e a igualdade nas contratações (grifo nosso).

É de bom alvitre ressaltar que a prática infrativa aqui combatida considera-se ainda mais gravosa quando se tem em mente que, nesta capital, **são reconhecidamente escassos os locais destinados a eventos de médio e grande porte.**

Isto, na prática, torna os consumidores verdadeiros “reféns” das imposições do reclamado, que se prevalece de sua condição de superioridade para realizar toda a sorte de condicionamentos.

Nestes moldes, inexistente a falaciosa “liberdade de contratar” suscitada pelo reclamado, haja vista que, para os consumidores, restarão apenas duas opções: *assinar o contrato com o ATLANTIC CITY conforme seus termos, ou procurar outro estabelecimento, nem sempre tão atrativo estruturalmente, para realizar seu evento.*

Ludibrioso igualmente é o argumento de que o fornecimento exclusivo de bebidas por parte do ATLANTIC CITY teve o condão de diminuir o valor do aluguel, beneficiando todos os formandos, abatimento este fruto da autonomia da vontade e liberdade contratual, consoante art. 421 e seguintes do Código Civil.

Como dito alhures, tratando-se de relação regida pelo Código de Defesa do Consumidor, na qual já se pressupõe a vulnerabilidade de consumidor, a autonomia da vontade e a liberdade ficam mitigados, prova disto é a utilização dos conhecidos “contratos de adesão”, que, por sua natureza, não permitem a discussão de suas cláusulas.

Soa deveras estranha a alegação do reclamado de que o condicionamento na compras dos itens tem como origem o levantado abatimento no valor do aluguel, ***mormente quando não se conhecem “contratos de locação de espaço” que não contém denominada restrição.***

Isto somente vem a reforçar o entendimento delineado sobre a existência da “venda casada”, haja vista que o direito de escolha do consumidor é totalmente tolhido.

Ademais, insta averbar que, **mesmo considerando verdadeira a alegação do reclamado de que houve abatimento no valor do aluguel, ainda assim haveria o**

*condicionamento indevido, visto que a menor onerosidade de determinada escolha contratual não é, por si só, motivo idôneo para justificar a ocorrência de restrição à liberdade de escolha dos consumidores.*

O Superior Tribunal de Justiça corrobora com o entendimento aqui delineado:

CONSUMIDOR. PAGAMENTO A PRAZO VINCULADO À AQUISIÇÃO DE OUTRO PRODUTO. **"VENDA CASADA". PRÁTICA ABUSIVA CONFIGURADA.** 1. O Tribunal *a quo* manteve a concessão de segurança para anular auto de infração consubstanciado no art. 39, I, do CDC, ao fundamento de que a impetrante apenas vinculou o pagamento a prazo da gasolina por ela comercializada à aquisição de refrigerantes, o que não ocorreria se tivesse sido paga à vista. 2. O art. 39, I, do CDC, inclui no rol das **práticas abusivas a popularmente denominada "venda casada", ao estabelecer que é vedado ao fornecedor "condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço**, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos". **3. Na primeira situação descrita nesse dispositivo, a ilegalidade se configura pela vinculação de produtos e serviços de natureza distinta e usualmente comercializados em separado**, tal como ocorrido na hipótese dos autos. 4. A dilação de prazo para pagamento, embora seja uma liberalidade do fornecedor – assim como o é a própria colocação no comércio de determinado produto ou serviço –, **não o exige de observar normas legais que visam a coibir abusos que vieram a reboque da massificação dos contratos na sociedade de consumo e da vulnerabilidade do consumidor**. 5. Tais normas de controle e saneamento do mercado, ao contrário de restringirem o **princípio da liberdade contratual**, o aperfeiçoam, tendo em vista que buscam assegurar a vontade real daquele que é estimulado a contratar. 6. Apenas na segunda hipótese do art. 39, I, do CDC, referente aos limites quantitativos, está ressalvada a possibilidade de exclusão da prática abusiva por justa causa, **não se admitindo justificativa, portanto, para a imposição de produtos ou serviços que não os precisamente almejados pelo consumidor**. (STJ – REsp nº 384.284/RS – 2º Turma – Rel. Min. Herman Benjamin – Julg. 20/08/09) (grifo nosso)

ADMINISTRATIVO. RECURSO ESPECIAL. APLICAÇÃO DE MULTA PECUNIÁRIA POR OFENSA AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. OPERAÇÃO DENOMINADA 'VENDA CASADA' EM CINEMAS. CDC, ART. 39, I. VEDAÇÃO DO CONSUMO DE ALIMENTOS ADQUIRIDOS FORA DOS ESTABELECIMENTOS CINEMATOGRAFICOS. 2. Nesse contexto, consagrou-se ao consumidor no seu ordenamento primeiro a saber: o Código de Defesa do Consumidor Brasileiro, dentre os seus direitos básicos ***"a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações"*** (art. 6º, II, do CDC). 3. A denominada 'venda casada', sob esse enfoque, tem como *ratio essendi* da vedação a proibição imposta ao fornecedor de, utilizando de sua superioridade econômica ou técnica, ***opor-se à liberdade de escolha do consumidor entre os produtos e serviços de qualidade satisfatório e preços competitivos***. 4. ***Ao fornecedor de produtos ou serviços, consecutivamente, não é lícito, dentre outras práticas abusivas, condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço (art. 39,I do CDC)***. 5. **A prática abusiva**

revela-se patente se a empresa cinematográfica permite a entrada de produtos adquiridos na suas dependências e interdita o adquirido alhures, engendrando por via oblíqua a cognominada 'venda casada', interdição inextensível ao estabelecimento cuja venda de produtos alimentícios constituiu a essência da sua atividade comercial como, *verbi gratia* , os bares e restaurantes. (STJ – REsp nº 744.602/RJ – 1º Turma – Julg. 01/03/07). (grifo nosso)

---

SFH. SEGURO HABITACIONAL. CONTRATAÇÃO FRENTE AO PRÓPRIO MUTUANTE OU SEGURADORA POR ELE INDICADA. DESNECESSIDADE. INEXISTÊNCIA DE PREVISÃO LEGAL. VENDA CASADA. Discute-se neste processo se, na celebração de contrato de mútuo para aquisição de moradia, *o mutuário está obrigado a contratar o seguro habitacional diretamente com o agente financeiro ou com seguradora por este indicada*, ou se lhe é facultado buscar no mercado a cobertura que melhor lhe aprouver. [...] A despeito da aquisição do seguro ser fator determinante para o financiamento habitacional, *a lei não determina que a apólice deva ser necessariamente contratada frente ao próprio mutuante ou seguradora por ele indicada*. Ademais, *tal procedimento caracteriza a denominada “venda casada”, expressamente vedada pelo art. 39, I, do CDC, que condena qualquer tentativa do fornecedor de se beneficiar de sua superioridade econômica ou técnica para estipular condições negociais desfavoráveis ao consumidor*. (STJ – REsp nº 804.202/MG – Terceira Turma – Rel. Min. Nancy Andrighi – Julg. 19/08/08) (grifo nosso)

Outrossim, não merece guarida a alegação do ATLANTIC CITY de que somente se absteria de cessar denominada “venda casada” **em relação aos contratos já firmados**, caso fosse possível realizar o repasse econômico aos consumidores que contratam seu espaço para realização do evento.

De fácil percepção que o reclamado, através de ameaça de elevar o valor dos contratos já firmados, em transgressão ao *pact sunt servanda*, **tenta obstar sua regularização quanto ao cumprimento das normas consumeristas**.

Nitidamente, a empresa está rompendo a relação de confiança formada entre as partes, em flagrante violação do princípio civilista do “*venire contra factum proprium*”, o qual corresponde à vedação do comportamento contraditório.

Compreende-se que este princípio se encontra respaldado nas situações em que uma parte, por um certo período de tempo, comporta-se de determinada maneira, gerando expectativas em outra de que seu comportamento permanecera inalterado.

A Jurisprudência pátria preleciona sobre a vedação do comportamento contraditório:

AÇÃO COMINATÓRIA - LEGITIMIDADE PASSIVA E ATIVA CONFIGURADAS - PLANO DE SAÚDE – CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - VENIRE CONTRA FACTUM PROPRIUM. A ninguém é lícito venire contra factum proprium, isto é, exercer direito, pretensão ou ação, ou exceção, em contradição com o que foi a sua atitude anterior, interpretada

objetivamente, de acordo com a lei. (TJ-MG. Apelação nº 1050807002819-1. Rel. Des. Selma Marques. Julg. 24/11/07)

O Ministro Massami Uyeda do Superior Tribunal de Justiça, quando do julgamento do Recurso Especial nº 880.605/RN, citando Nelson Neri Júnior<sup>4</sup>, ensina sobre o princípio do *venire contra factum proprium*, segundo o qual “*a ninguém é lícito fazer valer um direito em contradição com sua anterior conduta, quando essa conduta interpretada objetivamente segundo a lei, os bons costumes ou a boa-fé justifica a conclusão de que não se fará valer o direito, ou quando o exercício posterior choque contra a lei, os bons costume ou a boa-fé*”.

Por isto, não é lícito ao reclamado majorar o valor dos contratos já concretizados, *sob pena de infirmar* o princípio do direito de que **a ninguém é dado beneficiar-se de sua própria torpeza.**

**Ex positis, a prática da “venda casada” demonstra-se cristalina, porquanto evidente o interesse do ATLANTIC CITY em compelir os consumidores a adquirirem bebidas em seu próprio estabelecimento, em valores logicamente superiores em comparação aos comprados no atacado, merecendo reprimenda a combatida conduta.**

#### **I.L.C – DA CONCORRÊNCIA DESLEAL**

Sob outro viés, é de se ter que a “venda casada” impugnada também é considerada prática de “concorrência desleal”. Esta consiste, em sentido amplo, a toda a atividade econômica contra os bons costumes e direitos econômicos, relacionando-se na eliminação da concorrência, domínio dos mercados ou aumento arbitrário dos lucros.

Explica-se. Cogita-se ser bastante exequível que outro fornecedor que ofereça o mesmo serviço do reclamado ATLANTIC CITY (*e.g.*, espaço destinado à realização de evento de formatura) apresente orçamento com valor maior daquele apresentado pelo demandado, todavia sem a obrigatoriedade de adquirir quaisquer produtos em suas dependências, vale dizer, **sem a imposição da famigerada “venda casada”.**

À primeira vista, o valor inferior do contrato do ATLANTIC CITY pode até parecer mais vantajoso, entretantes, a depender da quantidade de itens necessários para cada formando, *a diferença existente pode vir a se tornar não tão atraente*, ante o gasto com os produtos desejados, cujos valores, durante o evento, são reconhecidamente superiores, em comparação aos obtidos no atacado.

**Em outros termos: a “venda casada” corresponde a prejuízo para os consumidores em geral, bem como para as empresas concorrentes!**

---

<sup>4</sup> NELSON, Neri Júnior. *Código Civil Comentado*. 6.ed. p. 507

## II.D – DO DANO MORAL COLETIVO

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

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

O demandado, aproveitando-se de sua proeminência nas relações jurídicas que trava com a coletividade consumidora dos seus serviços, persevera na obtenção de lucratividade indevida, às custas da violação de direitos da coletividade.

Neste sentido, traz-se à colação a lição de Carlos Alberto Bittar Filho:

Chega-se à conclusão de que o dano moral coletivo é a injusta lesão da esfera moral de uma dada comunidade, ou seja, é a violação antijurídica de um determinado círculo de valores coletivos. Quando se fala em dano moral coletivo, está-se fazendo menção ao fato de que o patrimônio valorativo de uma certa comunidade (maior ou menor), idealmente considerado, foi agredido de maneira absolutamente injustificável do ponto de vista jurídico; quer isso dizer, em última instância, que se feriu a própria cultura, em seu aspecto imaterial. Tal como se dá na seara do dano moral individual, aqui também não há que se cogitar de prova da culpa, devendo-se responsabilizar o agente pelo simples fato da violação (damnum in re ipsa).<sup>5</sup> (grifo nosso)

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

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

<sup>5</sup> BITTAR FILHO, Carlos Alberto. **Do dano moral coletivo no atual contexto jurídico brasileiro**. Jus Navigandi, Teresina, ano 10, n. 559, 17 jan. 2005. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/6183>>.

### **III – DA LIMINAR**

À vista dos argumentos já até aqui levantados, o *fumus boni iuris* dessume-se da flagrante ilegalidade de que se reveste o condicionamento indevido quanto à aquisição de água, refrigerante, cerveja, e eventuais outros itens apenas no próprio estabelecimento.

O *periculum in mora* é observado na necessidade de inibir e impedir, o quanto antes, a continuidade das imposições indevidas, porquanto inúmeros eventos serão realizados e vários contratos poderão ser firmados com a cláusula ilegal combatida.

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

Ademais, estabelece o § 3º do art. 84 do Código de Defesa do Consumidor que “sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao juiz conceder a tutela liminarmente ou após justificação prévia, citado o réu”.

Firme no exposto, o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor requer, em caráter liminar, *inaudita altera pars*, a concessão da antecipação dos efeitos da tutela de forma liminar, nos termos dos pedidos inscritos abaixo.

### **IV– DOS PEDIDOS**

Por todos o exposto, requer-se:

1) a concessão **de medida liminar** *inaudita altera pars*, determinando:

1.1) que o réu se abstenha de impor aos consumidores contratantes a aquisição de água, refrigerante, cerveja, ou quaisquer outros produtos ou serviços, consigo mesmo ou mediante terceiro, permitindo a livre entrada no estabelecimento sem estas restrições, mesmo existindo cláusula contratual com teor diverso.

1.2) que o réu se olvide de inserir em seus contratos de locação de espaço cláusula contratual prevendo restrições quanto à aquisição dos itens acima, e de outros que possam configurar a prática de venda casada.

2) a citação do réu para, querendo, apresentar contestação, sob pena de revelia;

3) a confirmação dos pedidos liminares *supra*, declarando como nula de pleno direito, consoante art. 39, I e 51, XV, do Código de Defesa do Consumidor, cláusula de contrato de locação de espaço que obrigue o consumidor adquirir compulsoriamente determinado produto ou serviço, notadamente água, refrigerante e cerveja.

4) a condenação ao pagamento de danos morais coletivos, no valor mínimo de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), monetariamente corrigido e acrescido de juros, a ser revertido para o Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, mencionado no art. 13 da

Lei nº 7.347/85;

5) a publicação de edital no órgão oficial, a fim de que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes, sem prejuízo de ampla divulgação pelos meios de comunicação social, nos termos do art. 94 do CDC;

6) a condenação do réu ao pagamento de todas as custas processuais, ônus da sucumbência e honorários advocatícios, com as devidas atualizações monetárias;

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

8) sejam as intimações do autor feitas pessoalmente, mediante entrega dos autos no Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), situado na Rua Álvaro Mendes, nº 2294, CEP nº 64000-060, Centro, nesta Capital, em razão do disposto no art. 236, § 2º, do Código de Processo Civil.

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

Protesta, ainda, consoante entendimento pacífico do Superior Tribunal de Justiça, pelo *pronunciamento prévio deste Juízo* quanto ao benefício previsto no art. 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor, que se refere à inversão do ônus da prova, em favor da coletividade de consumidores substituída pelo Autor, vez que indubitosa a verossimilhança dos fatos aduzidos pelo Ministério Público.

Dá-se a esta causa o valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

De Tudo Pede e Espera Deferimento.

Teresina, 15 de julho de 2014.

**Cleandro Alves de Moura**  
**Coordenador Geral do PROCON/MP-PI**  
**Promotor de Justiça**