

EXMO. SR. DR. JUIZ DE DIREITO DA ____ VARA CÍVEL DA COMARCA DE CARUARU

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DE PERNAMBUCO**, por seu promotor de justiça infra-assinado, com exercício na 4ª Promotoria de Justiça da Cidadania de Caruaru-PE, no uso de suas atribuições constitucionais e legais, previstas no art. 129, III, da Constituição Federal de 1988, no art. 5º, I, da Lei n. 7.347/85 e no art. 82, I, da Lei n. 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), vem à presença de V.Exa. ajuizar a presente **AÇÃO CIVIL PÚBLICA** com arrimo nos artigos do Título III, Capítulo I, do Código de Defesa do Consumidor, nos artigos 36, 37, §1º, e 39, I, todos do mesmo diploma legal acima referido, em face de

CIDADE ALTA PROJETO IMOBILIÁRIO LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 11.605.524/0001-22, com sede na Praça José Martins, 30, sala 102, Empresarial Corália Menezes, Centro, Caruaru-PE, representada pelos sócios **IVAN NUNES DA SILVA JÚNIOR** e **ANDRÉA LUCENA NUNES**, brasileiros, ele solteiro, ela divorciada, empresários, inscritos no RG sob os ns. 2.062.286 SSP-PE e 2.275.102 SSP-PE e no CPF sob os ns. 258.858.984-72 e 439.393.684-15, respectivamente,

pelas razões de fato e de direito que passa a expor:

I. DOS FATOS

Chegou ao conhecimento do Ministério Público de Pernambuco, por meio de representação formulada por um grupo de pessoas que adquiriu, após receber panfletos publicitários e negociar com a empresa ré, imóveis situados no Parque Residencial Adalgisa Nunes, bairro Cidade Alta, Caruaru-PE, loteamento este que disponibilizava para os adquirentes “total infra-estrutura”, de acordo com o descrito no panfleto publicitário anexo.

Ocorre que, como condição para entrega das chaves dos referidos imóveis, a ré exigiu de cada proprietário a assinatura de um contrato de prestação de serviços de construção de calçamento e pavimentação, que seria prestado pela própria ré, no prazo de 03 (três) meses, iniciando a obra no dia **01 de dezembro de 2006** e finalizando no dia **01 de março de 2007**, conforme descrito na cláusula IV do contrato anexo (doc. __).

Entretanto, como V.Exa. poderá observar na cópia anexa do contrato de prestação de serviços (doc. __), o instrumento foi assinado em **15 de junho de 2007**, data posterior à descrita como período de execução do serviço objeto daquele contrato.

Juntamente com o contrato, os adquirentes dos imóveis residenciais foram obrigados a assinar **notas promissórias** ou a **emitir cheques**, com a finalidade de remunerar a ré pelo serviço que, supostamente, prestaria. Pelo serviço, a ré exigiu o valor de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) de cada adquirente.

Importante frisar que, segundo os proprietários dos imóveis, o referido serviço de pavimentação e calçamento já se encontrava concluído quando da visita aos imóveis, antes mesmo da celebração do contrato de compra e venda, bem como do contrato firmado para a execução do aludido serviço.

II. DO DIREITO

II.a. DA COMPETÊNCIA

De acordo com o art. 2º. Da Lei n. 7.347/85, compete funcionalmente ao juiz do foro onde acontecer o dano processar e julgar a ação proposta.

Conforme se verifica das provas acostadas, o dano ocorreu neste município, sendo, desta forma, competente o juízo de uma das varas cíveis desta comarca.

II.b. DA LEGITIMIDADE ATIVA E PASSIVA

A Constituição Federal, em seu art. 129, III, determinou como atribuição do Ministério Público a promoção do inquérito civil e da ação civil pública, podendo agir em defesa de interesses transindividuais (gênero ao qual pertencem os direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos).

Há, ainda, a previsão expressa no Código de Defesa do Consumidor no sentido de conferir legitimidade ordinária ao Ministério Público para atuar como parte nas relações processuais em defesa dos direitos dos consumidores.

Figura no pólo passivo da presente demanda a sociedade limitada denominada Casa Alta Projetos Imobiliários Ltda., tendo em vista ser a responsável pelo loteamento, construção das residências, divulgação publicitária do empreendimento, celebração de contrato de compra e venda e também por ser a responsável pelo serviço descrito no contrato de prestação de serviços de construção de calçamento e pavimentação.

É, portanto, a empresa acima qualificada parte legítima, tendo em vista ser a responsável pelo dano ao grupo de consumidores que, de boa-fé, adquiriu os imóveis residenciais daquele loteamento.

II.c. DO INTERESSE DE AGIR E DO INTERESSE PROCESSUAL

Quanto ao interesse de agir do Ministério Público, este se encontra bem delineado na lição de Hugo Nigro Mazzilli¹, quando afirma que

O interesse de agir do Ministério Público é presumido pela própria norma que lhe impõe a atribuição. Quando a lei lhe confere legitimidade para acionar ou intervir, é porque lhe presume o interesse.

Já o interesse processual, que se sustenta no tripé da necessidade, utilidade e adequação, encontra-se demonstrado pela situação fática decorrente do contrato abusivo celebrado mediante dolo entre a ré e os consumidores adquirentes dos imóveis já referidos, bem como da publicidade enganosa veiculada pela ré a número indeterminado de pessoas.

II.d. DA PUBLICIDADE ENGANOSA

Encontra-se acostado aos autos (doc. __) panfleto publicitário veiculado pela ré para um número indeterminável de pessoas, o qual informa acerca do lançamento de um parque residencial denominado **Adalgisa Nunes**, localizado neste município, segundo a publicidade, “ao lado do bairro Agamenon Magalhães”.

No referido panfleto, constam informações acerca do imóvel posto à venda, como sendo uma casa residencial localizada em terreno “já com muro” de 200m² de área, tendo a casa 50m² de área construída.

¹ MAZZILLI, Hugo Nigro. *A defesa dos interesses difusos em juízo: meio ambiente, consumidor, patrimônio cultural, patrimônio público e outros interesses*. 20.ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007. p. 349.

Há ainda informações no tocante às condições de financiamento, cujo pagamento poderia se dar entre 10 e 17 anos, já que mantinha parceria com a Caixa Econômica Federal.

Por fim, o panfleto veicula a seguinte mensagem: “Venha morar bem, local com total infra estrutura (*sic*), excelente acesso, próximo do centro (*sic*), linha de transporte urbano. À 50m (*sic*) você encontra a escola Rosilda Maciel Vieira e posto de saúde”.

Ora, como pode um loteamento ter “total infra-estrutura” e exigir dos adquirentes dos imóveis valores a título de uma prestação de serviços já executada, alegando que o calçamento e a pavimentação ainda não foram realizados?

É um tanto incoerente a atitude da ré, posto de divulga uma informação e, após os consumidores adquirirem o imóvel, exige deles valores para financiamento de uma obra que, pela informação veiculada, já se presumia realizada.

Diante de tal fato, verifica-se que a atitude da ré se insere no conceito de **publicidade enganosa** trazido pelo Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 37, §1º., conforme transcrição a seguir:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§1º. É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

De acordo com Antônio Herman de Vasconcelos e Benjamin², a publicidade enganosa não necessita ser real, bastando que

² In: GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 8.ed. rev., ampl. e atual. conforme o novo Código Civil. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. p. 327.

seja potencial (“capacidade de induzir a erro”), sendo da mesma forma irrelevante a boa-fé do anunciante, já que, para ele, “a enganiosidade, para fins preventivos e reparatórios, é apreciada objetivamente”.

De tal sorte, como a ré veiculou informação que, posteriormente, admitiu ser falsa (“total infra-estrutura” x exigência de assinatura de contrato de prestação de serviços de calçamento e de pavimentação), assumiu a prática lesiva tanto aos consumidores que adquiriam o imóvel residencial, quanto aos potenciais consumidores, que, diante de tal anúncio, poderiam adquirir o imóvel, acreditando que todos os serviços de infra-estrutura, como rede de água e esgotos, iluminação, pavimentação etc. estariam prontos e à sua disposição.

Em anotação quanto ao *exagero publicitário*, Benjamin diz que se “a afirmação do anunciante, por mais exagerada que seja, preste-se para induzir o consumidor em erro, configura-se a publicidade enganosa”³. Sendo assim, infere-se que mesmo a palavra **TOTAL** podendo representar um exagero, este configurará a enganiosidade da publicidade, posto que o exagero publicitário é vedado pelo art. 30 do CDC⁴.

Sendo assim, conclui-se que o anúncio publicitário veiculado pela ré, por criar proposta e esta vincular a celebração do contrato, se aceita tempestivamente, conforme determinação do Código Civil brasileiro e do Código de Defesa do Consumidor, não permite que sejam celebrados novos contratos, para fins de execução de um serviço já compreendido na oferta, sob pena de tornar-se a publicidade enganosa.

De acordo com Cláudia Lima Marques⁵, na formação dos contratos entre consumidores e fornecedores, é necessário que se observe estritamente o princípio da transparência, tendo em vista ser a idéia central desse princípio a de possibilitar “uma aproximação e uma

³ *Idem. Ibidem.* p. 333.

⁴ 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.

⁵ MARQUES, Cláudia Lima *et al.* *Comentários ao código de defesa do consumidor*: arts. 1º. a 74: aspectos materiais. São Paulo: RT, 2003. pp. 407 e ss.

relação contratual mais sincera e menos danosa entre consumidor e fornecedor”. Segue a doutrinadora conceituando **transparência**, princípio definido como

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.

O princípio da transparência, que rege a fase pré-contratual e a eventual celebração do instrumento, é mais do que simples elemento formal do contrato. Representa, sobretudo, garantia ao consumidor de que o contrato firmado terá sua essência baseada na informação passada no momento em que o bem ou serviço foi a ele oferecido.

Por fim, há que se mencionar o caráter de oferta adquirido pela publicidade trazida no caso em tela. Sendo ela veiculada por aquele que fechará efetivamente o contrato, no caso, a ré, tem força vinculante assim como a proposta o tem para o sistema do Código Civil.

III.e. DA PRÁTICA ABUSIVA DE CONDICIONAR A ENTREGA DAS CHAVES À ASSINATURA DE CONTRATO PARA EXECUÇÃO DE SERVIÇO JÁ REALIZADO

Consta das declarações dos consumidores lesados que houve ameaça de não serem entregues as chaves de suas casas, se não houvesse a assinatura de um contrato de prestação de serviço de calçamento e pavimentação, a ser executado pela ré (doc. __).

Ocorre, porém, que o referido serviço já se encontrava realizado, inclusive sendo veiculado em panfleto publicitário (doc. __) que toda a infra-estrutura do loteamento já estava completa. Ora, se não estivesse, verificar-se-ia a publicidade enganosa; estando completa, e sendo exigida dos adquirentes a assinatura de um contrato – que cria um vínculo obrigacional entre as partes – e a emissão de

cheques ou notas promissórias, sob pena de o consumidor não receber as chaves da casa comprada, configura-se a hipótese de prática abusiva descrita no art. 39, I, do Código de Defesa do Consumidor, conforme transcrição a seguir:

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

I- condicionar o fornecimento de produto ou serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos.

Segundo Benjamin⁶, esta hipótese de compra e venda em que o consumidor é obrigado a adquirir, juntamente com o bem que deseja, um segundo bem ou serviço, denomina-se *venda casada*, sendo expressamente proibida pelo CDC.

De fato, a venda casada traz consigo grande prejuízo para o consumidor, especialmente no caso em tela, quando o serviço cobrado já foi executado pelo fornecedor, inclusive constando da proposta veiculada em panfleto publicitário, mas sendo cobrado indevidamente do consumidor.

Cumpramos, finalmente, trazeremos alguns entendimentos jurisprudenciais acerca da matéria objeto da presente ação:

IV. Dos pedidos e dos requerimentos

Ante todo o exposto, o Ministério Público, por seu promotor de justiça, requer:

a) a declaração de nulidade do contrato de prestação de serviços de calçamento e pavimentação celebrado entre todos os consumidores prejudicados e a empresa ré, com a devolução dos valores pagos, atualizados por correção monetária;

⁶ In: GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 8.ed. rev., ampl. e atual. conforme o novo Código Civil. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. p. 369.

b) sejam os valores devolvidos aos consumidores tão logo haja o trânsito em julgado da decisão, cominando-se multa diária para o caso de descumprimento da determinação judicial;

c) o reconhecimento da publicidade enganosa realizada pela ré, com a condenação em pagamento de indenização a ser arbitrada por V.Exa. em favor de órgão estatal de proteção ao consumidor ??????????????????;

d) a citação da ré para, querendo, apresentar resposta no prazo legal, sob pena de se reputarem verdadeiros todos os fatos ora alegados;

e) a inversão do ônus da prova, por se tratar de relação de consumo, reconhecendo, desta forma, a hipossuficiência do consumidor;

f) a ouvida das testemunhas arroladas a seguir.

Protesta provar o alegado por todos os meios em direito admitidos, especialmente pela ouvida de testemunhas, depoimento pessoal dos representantes legais da empresa ré etc.

Dá-se à causa o valor de R\$ _____.

Caruaru, 30 de maio de 2008.

HODIR FLÁVIO GUERRA LEITÃO DE MELO
Promotor de Justiça, em exercício cumulativo

BRUNA RAFAELA CAVALCANTE PAIS DE LIMA
Estagiária do MPPE