MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA PARAÍBA
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE JOÃO PESSOA – CONSUMIDOR
44ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA
Av. Almirante Barroso, nº 159, Centro, João Pessoa – PB Fones: 2107-6100/6102/6103 E-mail: consumidor@mppb.mp.br

Portaria de instauração de IC nº 14/44° PJ - João Pessoa/2023

INQUÉRITO CIVIL INSTAURADO OBJETIVANDO APURAR RESPONSABILIDADE E ADOTAR PROVIDÊNCIAS ACERCA DE IRREGULARIDADES NO QUE CONCERNE À PRÁTICA DE PUBLICIDADE ENGANOSA POR PARTE DA EMPRESA CARREFOUR.

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DA PARAÍBA**, por meio do Promotor de Justiça atuante na defesa dos direitos do consumidor, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelos arts. 127 e 129, da Constituição Federal; art. 26 da Lei nº 8.625/93; art. 53 da Lei Complementar Estadual nº 97/2010; do art. 2º, da Resolução do Conselho Nacional do Ministério Público nº 174/2017; do art. 1º da Resolução CPJ nº 04/2013, e:

CONSIDERANDO que o Ministério Público é instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbindo-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis, nos termos do art. 127 da Constituição da República Federativa do Brasil;

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.

CONSIDERANDO que o Ministério Público se afigura um instrumento de execução da Política Nacional de Consumo (art. 5º, inciso II, CDC), devendo, portanto, promover ações coletivas protetivas aos partícipes reconhecidamente vulneráveis na relação consumerista, além de àqueles expostos às práticas do mercado de consumo, bem como às vítimas de potenciais eventos danosos (art. 4º, inciso I, CDC);

CONSIDERANDO a **Notícia de Fato 001.2022.079633**, instaurada neste Órgão Ministerial em virtude de reclamação formulada pelo Sr. Gerailton Barbosa da Silva Maia, na qual informa que existe um outdoor na entrada do Carrefour garantindo a cobertura do preço da concorrência, inclusive com compromisso público registrado em cartório, e que apresentou o encarte da concorrência (supermercado Do Dia) ao caixa 05, local onde deveria ser paga a compra, tendo solicitado que fosse concedido o desconto relativo ao preço praticado pela concorrente citada, ou seja, que fosse vendido no Carrefour ambos os itens por um preço inferior ao do "Do Dia" ou que fosse devolvida a diferença, conforme a publicidade promovida pela empresa, no que lhe fora negado;

CONSIDERANDO que a empresa Carrefour apresentou seus esclarecimentos iniciais, justificando a ausência de cobertura da referida promoção, que consta de compromisso público, em razão de que os requisitos regulamentares não foram preenchidos, notadamente pelo fato de que a concorrente "Do Dia" não se enquadra no conceito de supermercado ou hipermercado, isso porque possui área de venda superior a 3.000 m² e, no mínimo, 8 caixas;

CONSIDERANDO a negativa da empresa Carrefour em colaborar com a colheita de informações solicitadas por esta

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.
Documento 2023/0000459251 criado em 16/03/2023 às 08:58
https://xxx/validacao/95f5ea89bed02cd150abaebe67fa1575

Promotoria de Justiça no âmbito da referida Notícia de Fato, ocasião na qual deixou de apresentar o nome do Diretor de Marketing responsável pela publicidade, justificando que *"O Termo de Compromisso Público é um documento formalizado e registrado em 2019 com abrangência nacional. A oitiva de um responsável pela campanha não permitirá a elucidação do fato relativo à loja de João Pessoa/PB, com toda vênia. A situação que ocorreu na loja da Rua Bacharel Irenaldo de Albuquerque Chaves foi saneada imediatamente com a retirada de todas as informações sobre a campanha entre 23/11/2022 e 30/11/2022 – período em que a prestadora de serviços realizou a supressão de todo material que fazia alusão à campanha na loja citada."*;

CONSIDERANDO que o art. 5 da Resolução CPJ nº 04/2013 reza que *"O **inquérito civil**, procedimento de natureza unilateral e facultativa, será instaurado para investigar fato que possa autorizar a tutela dos interesses ou direitos a cargo do Ministério Público, nos termos da legislação aplicável, servindo como preparação para o exercício das atribuições inerentes às suas funções institucionais"*;

CONSIDERANDO que é legítima **requisição**, por parte do Ministério Público, de informações e documentos destinados a instruir procedimentos administrativos de sua competência, nos termos da Lei da Ação Civil Pública:

> *Art. 8º Para instruir a inicial, o interessado poderá requerer às autoridades competentes as certidões e informações que julgar necessárias, a serem fornecidas no prazo de 15 (quinze) dias.*
>
> *§ 1º O Ministério Público poderá instaurar, sob sua presidência, inquérito civil, ou requisitar, de qualquer organismo público ou particular, certidões, informações,*

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.

exames ou perícias, no prazo que assinalar, o qual não poderá ser inferior a 10 (dez) dias úteis.

CONSIDERANDO que merece relevo a aplicação da **Teoria dos Poderes Implícitos**, há muito incorporada pelo ordenamento jurídico brasileiro e reiteradamente aplicada pela jurisprudência pátria, e cuja origem remete ao julgamento do caso *McCulloch v. Maryland* pela Suprema Corte americana, em 1819. Segundo essa doutrina, uma vez estabelecidas expressamente as competências e as atribuições de um órgão estatal, este está implicitamente autorizado a utilizar os meios necessários para poder exercer essas competências;

CONSIDERANDO que a Constituição Federal de 1988 elencou como um dos fundamentos do Estado Democrático de Direito a dignidade da pessoa humana (art. 1º, inciso III, CF/1988); e como objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil a construção de uma sociedade justa, livre e solidária e a promoção do bem de todos (art. 3º, incisos I e IV, CF/1988), além de outros;

CONSIDERANDO que as disposições contidas no Código de Proteção e Defesa do Consumidor, a teor do que preconiza seu art. 1º, configuram *normas de ordem pública* e *de interesse social*, na medida em que instrumentalizam a realização de um direito fundamental, nos termos da Carta Magna de 1988, o que outorga ao Código os atributos da *cogência* e da *imperatividade*[1];

CONSIDERANDO que o consumidor é **o ente vulnerável da relação de consumo** (**art. 4, I**) e tal fato requer a atuação dos órgãos administrativos em sua defesa com vistas a sopesar a discrepância entre a situação de fragilidade em que o consumidor se localiza em face do ente que detém o poderio econômico e que é, por

[1] CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas,2019. Versão Digital. p. 25-26.

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.

conseguinte, o mais forte da relação: o fornecedor. Tendo em vista também que essa proteção visa a conferir instrumentos para a realização de sua liberdade efetiva no mercado consumidor;

CONSIDERANDO ser princípio fundamental da Política Nacional das Relações de Consumo a busca pela harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores (CDC, art. 4º, III);

CONSIDERANDO a necessidade de estimular a propagação permanente de uma política educativa e informativa, destinada aos fornecedores e consumidores, notabilizando seus direitos e deveres, com vistas à otimização do mercado de consumo (CDC, art. 4º, IV);

CONSIDERANDO a boa doutrina da professora Cláudia Lima Marques em que entende como deveres laterais da **boa-fé objetiva** a atuação refletida, pensando no outro, no parceiro contratual, respeitando-o, respeitando seus interesses legítimos, suas expectativas razoáveis, seus direitos, sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, cooperando para atingir a realização do interesse contratual das partes;

CONSIDERANDO ainda segundo a boa doutrina da professora Cláudia Lima Marques, o caráter objetivo da imputação por **publicidade enganosa**, *in verbis*:

> *Os efeitos civis desta publicidade, isto é, a sua caracterização como ato ilícito do fornecedor, é que*

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.

> *poderá fazer nascer a discussão sobre a culpa (ou dolo) deste. Mesmo assim, é necessário ter em vista que o CDC institui uma presunção de culpa do fornecedor, por ter feito veicular uma publicidade enganosa. Estava ele proibido de fazer uma publicidade enganosa, e o fez. Logo, só se exonerará se provar o caso fortuito, isto é, que uma situação externa à sua vontade, aos seus auxiliares (agência, publicitário contratado etc.), imprevisível e irresistível, tornou a publicidade enganosa. Trata-se, portanto, de uma presunção quase absoluta de culpa, que inverte o ônus da prova, como bem dispõe o art. 38 do CDC. Note-se que o art. 37 do CDC não se preocupa com a vontade daquele que fez veicular a mensagem publicitária. Não perquire sua culpa ou dolo, proíbe apenas o resultado: que a publicidade induza o consumidor a formar falsa noção da realidade [...]*

CONSIDERANDO que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor elegeu como direito básico do consumidor a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços, consoante o art. 6º, inciso IV;

CONSIDERANDO que a conduta ilegal da empresa autuada em expor produtos em campanha promocional com descontos irreais e fictícios configura a prática de publicidade enganosa, em ofensa direta ao que dispõe do art. 37 do Códex Consumerista, que disciplina a vedação da publicidade enganosa e abusiva, cujos conceitos são explanados nos parágrafos que o seguem, a ver:

> *Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.*
>
> *§ 1° 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,*

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.

quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2° É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

CONSIDERANDO a lição da doutrina autorizada de Sérgio Cavalieri Filho, que dispõe no sentido de que:

Erro é a falsa representação da realidade. É juízo falso, enganoso, equivocado, incorreto que se faz de alguém ou de alguma coisa. Logo, será enganosa a publicidade capaz de levar o consumidor a fazer uma falsa representação do produto ou serviço que está sendo anunciado, um juízo equivocado, incorreto a respeito das suas qualidades, quantidade, utilidade, preço ou de qualquer outro dado.

CONSIDERANDO o entendimento do Supremo Tribunal Federal[2] acerca da aplicação da Teoria do *Drittwirkung* — tese consagrada desde a década de 50 pela Corte Constitucional Alemã — no ordenamento jurídico brasileiro, a ver:

As violações a direitos fundamentais não ocorrem somente no âmbito das relações entre o cidadão e o Estado, mas igualmente nas relações travadas entre pessoas físicas e jurídicas de direito privado. Assim, os direitos fundamentais assegurados pela Constituição vinculam diretamente não apenas os poderes públicos, estando direcionados também à proteção dos particulares em face dos poderes privados;

CONSIDERANDO que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor estabelece que "*os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança*

[2] RE 201819, Relator(a): Min. ELLEN GRACIE, Relator(a) p/ Acórdão: Min. GILMAR MENDES, Segunda Turma, julgado em 11/10/2005, DJ 27-10-2006 PP-00064 EMENT VOL-02253-04 PP-00577 RTJ VOL-00209-02 PP-00821

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.

dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito" (art. 8º, caput, CDC);

CONSIDERANDO que adotando a **teoria da qualidade**, a responsabilidade indicada no art. 14 do CDC é de natureza objetiva, onde há necessidade em demonstrar o defeito na prestação do serviço (*efeito endógeno da prestação de serviços e que alcança a segurança do consumidor*). Todavia, não fosse a aplicação do CDC, poderia ser cogitada também a aplicação do sistema geral de responsabilidade civil do Código Civil (art. 927, parágrafo único, segunda parte) que sequer exige o defeito;

CONSIDERANDO o vigor do **Princípio da Confiança** nas relações de consumo, alçado à condição de valor do contrato, que denota a necessidade de proteção do sentimento despertado pelas partes entre si sobre intenção do cumprimento legítimo do objeto contratual nos termos por elas convencionados, com base na postura, nas obrigações assumidas e no vínculo criado entre uma e outra;

CONSIDERANDO que a livre iniciativa, além de representar fundamento da República Federativa do Brasil, nos termos da Constituição Federal, figura, outrossim, como fundamento da ordem econômica brasileira, posicionado em pé de igualdade com a defesa do consumidor no mercado de consumo (art. 170, caput e inciso V, CF/1988);

CONSIDERANDO que as infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas: multa, suspensão de fornecimento

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.
https://xxx/validacao/95f5ea89bed02cd150abaebe67fa1575

de produtos ou serviço, suspensão temporária de atividade, cassação de licença do estabelecimento ou de atividade; interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade (art. 56, CDC);

RESOLVE:

Instaurar o presente **INQUÉRITO CIVIL** visando apurar questões e adotar as providências necessárias acerca de eventuais descumprimentos às normas consumeristas vigentes. Ademais, **determino**:

I – AUTUE-SE esta Portaria, instaurando o presente **INQUÉRITO CIVIL**, consoante o disposto no art. 5º, da Resolução CPJ nº 04/2013;

II – REMESSA eletrônica do extrato desta Portaria à Diretoria Administrativa para fins de publicação no Diário Eletrônico;

III – OFICIE-SE ao **MPPROCON** remetendo cópias do presente procedimento para tomada de conhecimento pelo seu Diretor-Geral e adoção das medidas que entender cabíveis;

IV – NOTIFIQUE-SE à empresa investigada **REQUISITANDO** os nomes da pessoas que compõem a Diretoria de Marketing e/ou Publicidade, no prazo de 10 (dez) dias úteis;

Publique-se. Cumpra-se.

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.

(data e assinatura eletrônicas)

FRANCISCO GLAUBERTO BEZERRA

Promotor de Justiça

44ª Promotoria de Justiça de João Pessoa – Defesa do Consumidor

Assinado eletronicamente por: FRANCISCO BEZERRA em 16/03/2023

Protegido com a versão gratuita de Watermarkly. A versão completa não coloca essa marca.