



MPCE
Ministério Público
do Estado do Ceará

**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

DECISÃO ADMINISTRATIVA

Processo Administrativo nº. 23.001.001.17-0012849

Reclamante: PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

Reclamada: MARQUISE EMPREENDIMENTOS – S/A, que atende pelo nome fantasia “GRAN MARQUISE HOTEL”

I – DO RELATÓRIO

O Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, Órgão da estrutura do Ministério Público Estadual, detentor do fim precípua de proteger e garantir o cumprimento do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, bem como da legislação específica expedida pelos Órgãos oficiais competentes, **instaurou no dia 07 de Julho de 2017**, o presente Procedimento Administrativo de Ofício em decorrência da promoção do evento “**REVIVAL**”, **realizado no dia 02 de Junho de 2016 pela empresa Marquise Empreendimentos – S/A, que atende pelo**



MPCE
Ministério Público
do Estado do Ceará

**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

nome fantasia “Gran Marquise Hotel”, localizada na Av. Beira Mar, Nº 3980, Bairro Mucuripe, Fortaleza/CE.

Por ocasião da realização do evento, este Órgão, na data de 26 de Maio de 2016. **expediu Ofício nº 889/2017/GAB/DECON/CE (fls. 03)**, solicitando da Reclamada as seguintes informações:

- 1) A quantidade de ingressos disponibilizados aos consumidores;
- 2) O número de ingressos com descontos para estudantes;
- 3) o número de blocos, com respectivos números de acesso para os consumidores;
- 4) Plano de estrutura do evento:
 - a) posicionamento do palco, camarotes, etc;
 - b) vias de acesso com a respectiva sinalização;
 - c) condições e estrutura de segurança no interior do evento;
 - d) a sinalização de emergência e demais sinalizações;
 - e) localização da prontidão de socorro.
- 5) Os produtos que seriam vendidos no evento com os respectivos preços.
- 6) Os fornecedores que prestariam serviços no evento com a respectiva documentação pertinente a sua atividade comercial.
- 7) Licença e documentos para a realização do evento:
 - a) Laudo de Viabilidade Operacional de Trânsito;
 - b) Laudo do Meio Ambiente;
 - c) Laudo de Licença Sanitária;
 - d) Certificado de Conformidade do Corpo de Bombeiros;
 - e) Na hipótese de haver a entrada de menores de 18 anos desacompanhados, Alvará do Juiz da Infância e da Juventude;
 - f) Laudo técnico, acompanhado e Atestado de Responsabilidade Técnica, acerca da capacidade máxima de edificação e condições estruturais;
 - g) Contratação de Ambulância/serviço médico de emergência para o evento;



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

- h) Comunicação prévia ao Comando da Polícia Militar;
- i) Contratação de equipe de segurança particular, compatível com o evento, dentre outros.
- 8) Estudo sobre o impacto de trânsito na região onde seria realizado o evento.

Referida solicitação ocorreu com o fito de assegurar a adequação e a segurança do evento, bem como facilitar o acesso aos consumidores ao local. Além disso, é cediço que as empresas organizadores de evento devem obediência aos critérios do Código de Defesa do Consumidor, bem como das legislações específicas, com vistas a não haver risco à população que frequente. Desta forma, este Órgão requereu esclarecimentos da parte demandada acerca dos quesitos acima narrados.

Todavia, o GRAN MARUISE HOTEL não apresentou os seguintes documentos para realização do evento: Lista contendo os produtos vendidos no evento com os respectivos preços, bem como os fornecedores que prestaram os serviços no evento com a respectiva documentação pertinente a sua atividade comercial, Laudo do Meio Ambiente e Laudo de Licença Sanitária, limitando-se em anexar apenas os protocolos de requerimento de Licença Ambiental e Renovação Licença Sanitária.

A Reclamada **GRAN MARQUISE HOTEL** foi regularmente notificada às fls.16, para prestar defesa no prazo de 10 dias, nos termos do art. 42 do Decreto nº 2.181/1997 e do art. 21 da Lei Complementar nº 30, de 26 de junho de 2002, entretanto **não protocolou defesa administrativa**. Não obstante, a empresa **AP-ANA PINHEIRO EVENTOS (organizadora do evento em liça)**, limitou-se em anexar apenas às cópias de requerimento de Licença Ambiental e Renovação da Licença Sanitária (fls. 04/15).

É o Relatório. Prosseguimos à fundamentação.



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

II – DO DIREITO

Cumpre-nos esclarecer inicialmente que o Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor – DECON - CE, Órgão integrante do Sistema Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor – SNDC, criado no âmbito das Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor do Estado do Ceará, com o fim precípua de coordenar a Política do Sistema Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, com competência, atribuições e atuação administrativa em toda a área do Estado do Ceará, conferidas pela Lei Estadual Complementar 30, de 26 de julho de 2002, com previsão nas Constituições Federal e Estadual, Lei 8.078, de 11 de Setembro de 1990 e Decreto Federal 2.181, de 1997, na forma do parágrafo único do art. 56 do Código de Defesa do Consumidor - CDC, e no art. 18, parágrafo primeiro do Decreto Federal 2.181/97, tendo competência para dirimir a matéria e aplicar sanções administrativas, por força do que determinam as leis supracitadas.

Dessa forma, o Ministério Público do Estado do Ceará, que é uma instituição permanente, incumbida de defender e fiscalizar a aplicação e execução das leis, representando os direitos e interesses sociais e individuais indisponíveis, vêm, através do Programa Estadual de Defesa do Consumidor- DECON, instaurar o presente Processo Administrativo contra o GRAN MARQUISE HOTEL, tendo em vista, de ter praticado infrações na seara consumerista.

II.1 Da Política Nacional das Relações de Consumo, Da Proteção Aos Direitos Básicos do Consumidor e Da Vulnerabilidade

A Política Nacional de Relações de Consumo, estabelecida no art. 4º do CDC, no intuito de haver equilíbrio entre consumidor e fornecedor, dispõe que deverão ser observados e aplicados certos princípios, tais como: **Dignidade da Pessoa Humana, Proteção a Vida a**



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

Saúde e Segurança, Transparência, Direito à Informação, Harmonia, Vulnerabilidade, Conservação dos Contratos, Responsabilidade Solidária, Inversão do Ônus da Prova e Efetiva Prevenção e Reparação de Danos, que servirão como orientação das ações dirigidas aos consumidores.

O Código de Defesa do Consumidor expressa um dos princípios mais relevantes do ordenamento jurídico brasileiro - **a dignidade da pessoa humana** - por si só resguardado pela Constituição Federal de 1988, corroborado pelo *caput* do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor.

Esse princípio deve ser utilizado como diretriz a ser seguido em todas as relações jurídicas, inclusive nas relações de consumo, em que se tem uma parte vulnerável e, no mais das vezes, hipossuficiente, devendo ser assegurada a sua dignidade, qualidade de vida e saúde, além da proteção contra toda e qualquer prática abusiva.

Um ponto, ademais, primordial do CDC é a vulnerabilidade do consumidor que, na prática, traduz-se na insuficiência, na fragilidade de aquele se manter imune a prática lesiva sem intervenção auxiliadora de órgãos ou instrumentos para sua proteção. Por se tratar de conceito tão relevante, a vulnerabilidade permeia, direta ou indiretamente, todos os aspectos da sua proteção. É fato notório e objeto de constantes debates no seio social, a fragilidade à qual estão expostos os consumidores.

Nesse sentido, antes de adentrarmos no mérito deste Processo Administrativo, discorreremos sobre a vulnerabilidade do consumidor diante do fornecedor e da relação de consumo que se forma, pois, é o que estrutura todo o sistema consumerista e conseqüentemente a sua proteção. É, em razão desta fragilidade, que foi editado o Código de Defesa do Consumidor. Assim, no afã de fazer equilibrada esta relação desigual entre consumidor e fornecedor, foi



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

criada uma lei protetiva do cidadão, com o intuito de resguardo da parte mais fraca na relação de consumo.

Não resta dúvida que é de competência deste Órgão observar a vulnerabilidade dos consumidores estabelecida no art. 4º do CDC, o qual trata da Política Nacional de Relações de Consumo, devendo ser observados e aplicados certos princípios que servirão como norteadores das ações dirigidas aos consumidores, tal qual se constata no inciso I, *in verbis*:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

Acerca da consideração da vulnerabilidade nos esclarece Antônio Herman V. Benjamin ao prefaciar o livro de Paulo Valério Dal Pai Moraes:

O princípio da vulnerabilidade representa a peça fundamental no mosaico jurídico que denominamos Direito do Consumidor. É lícito até dizer que a vulnerabilidade é o ponto de partida de toda a Teoria Geral dessa nova disciplina jurídica (...) A compreensão do princípio, assim, é pressuposto para o correto conhecimento do Direito do consumidor e para a aplicação da lei, de qualquer lei, que se ponha a salvaguardar o consumidor. MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais.** Porto Alegre: Síntese, 1999.

O consumidor é vulnerável na relação consumerista e por esta razão, segundo o autor Hélio Zaghatto Gama, na sua obra Curso de Direito do Consumidor (2004, p. 45):

(...) o consumidor é vulnerável por ser parte mais fraca nas relações de consumo. Por isso tem ele direito à boa informação sobre produtos e serviços que recebe e quanto aos contratos que assina. Entende-se ainda por vulnerabilidade técnica, o fato de o consumidor não possuir conhecimentos específicos sobre os produtos e/ou serviços que



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

está adquirindo, ficando sujeito aos imperativos do mercado, tendo como único aparato a confiança na boa-fé da outra parte.

Já Luiz Antônio Rizzatto Nunes doutrina que:

(...) o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico. O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido. (NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 2011. p.193.)

Essa constatação se faz em três âmbitos distintos, quais sejam, econômico, técnico e jurídico ou científico, pois, notadamente, o fornecedor é quem detém com superioridade todos esses poderes e conhecimentos, se comparado ao consumidor.

A vulnerabilidade é o ponto fundamental do CDC e, na prática, traduz-se na insuficiência, na fragilidade de o consumidor se manter imune a prática lesiva sem intervenção auxiliadora de órgãos ou instrumentos para sua proteção. Por se tratar de conceito tão relevante, a vulnerabilidade permeia, direta ou indiretamente, todos os aspectos da proteção do consumidor.

Percebe-se, dessa forma, o manifesto esforço de se evitar uma relação desigual e injusta, impedindo-se qualquer prejuízo para o consumidor. O código de Defesa do Consumidor foi criado, exatamente, sob a perspectiva do reconhecimento da vulnerabilidade do indivíduo tutelado, sendo aquela o fundamento e a razão de ser de tal diploma jurídico, tentando-se, de



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

todas as formas, buscar valores e princípios imprescindíveis, como a função social do contrato, para que fosse efetivada uma convivência mais equânime nas relações de consumo do homem.

Partindo deste pressuposto, o CDC está baseado no princípio da boa-fé e o fornecedor fica obrigado a atender à legítima expectativa de seu público, adotando a lealdade e a honestidade em suas condutas. Não obstante, o artigo 6º do CDC elenca o rol dos direitos básicos do consumidor. Em relação caso em comento faz menção aos incisos I e III, *ipsis litteris*:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I – a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

(...)

III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes, e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Nesse contexto, o artigo 6º, inciso I e III do CDC, de acordo com o caso em liça, assegura ao consumidor a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de serviços, bem como a informação adequada e clara sobre os serviços prestados pelas organizadoras de eventos em massa.

O serviço prestado pela empresa, notadamente quanto à ausência de informações sobre os produtos que foram vendidos no evento, bem como os respectivos preços, e a lista dos fornecedores que prestarão os serviços e a respectiva documentação pertinente, já configura, por si sós, um risco à saúde e a segurança dos consumidores.

Tais condutas, devem ser extirpadas na relação de consumo, pois de acordo com a realidade da sociedade capitalista (onde o lucro acaba sendo o principal objetivo), não há como afastar tal posição desfavorável, principalmente se forem levadas em conta as revoluções pelas quais passaram as relações jurídicas e comerciais nas últimas décadas.



MPCE
Ministério Público
do Estado do Ceará

**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

Ora, garantir a saúde e a segurança para àquelas pessoas que compraram os ingressos para festa, é o mínimo que pode se esperar de um evento desse porte, e a ausência de tais requisitos essenciais ao evento representa violação aos direitos básicos do consumidor previstos no CDC, mormente em seu Art. 6º, inc. I, já colacionado alhures, e Art. 8º, *in verbis*:

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança 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. *grifou-se

Observado a Competência deste Órgão, a vulnerabilidade e os direitos básicos dos consumidores, passamos a discorrer sobre a irregularidade cometida pela Reclamada, buscando o bom detalhamento e melhor fundamentação de todas as infrações cometidas nos termos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

Vale ressaltar que evento em massa é a atividade coletiva de natureza cultural, esportiva, comercial, religiosa, social e política, por tempo pré-determinado, com concentração ou fluxo excepcional de pessoas, de origem nacional ou internacional, que exigem atuação coordenada dos Órgãos públicos de gestão Nacional, Estadual e Municipal, diante da vulnerabilidade dos consumidores e dos riscos à saúde e à segurança dos que ali circulam. (conceito extraído do portal ANVISA <http://portal.anvisa.gov.br>)

É importante asseverar que nos eventos em que ocorre a cobrança de ingressos é evidente a relação de consumo e há conseqüente interesse em sua regularidade por parte dos Órgãos que fazem sua defesa, principalmente em relação aos riscos à integridade física dos frequentadores. Não obstante, uma vez constatada a relação de consumo, as questões de



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

segurança das instalações e dos participantes do evento deve ser investigada pelos Órgãos de defesa do consumidor.

Partindo desse pressuposto, as empresas que organizam eventos estão enquadradas no conceito de fornecedores prestadores de serviços, conforme define o art. 3º *caput* e § 2º do CDC:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

À evidência, que o Código de Defesa do Consumidor impõe aos fornecedores de serviços a obrigação de prestá-los com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho, como estabelece o texto do **art. 4º, II, 'd' do referido código. Antes de pôr seu produto no mercado a disposição dos consumidores ou efetuar prestação de serviço, deve estar de acordo com as normas e elementos de segurança expedidos por órgãos oficiais, regulamentadores de sua atividade.**

Não obstante, a obrigação da empresa de, repita-se, antes de **pôr seu produto no mercado a disposição dos consumidores ou efetuar prestação de serviço**, deve estar de acordo com as normas e elementos de segurança expedidos por órgãos oficiais, regulamentadores de sua atividade, **para não acarretar risco à saúde e à segurança dos consumidores. Essa condição é estabelecida pelo art. 8º do CDC, *in verbis*:**



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança 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. (REPETIU)

Ainda nessa linha de raciocínio, o Código, portanto, prevê prática abusiva do fornecedor, quando o mesmo não seguir as normas expedidas pelo órgão competente em relação a determinado serviço, nos termos do art. 39, inciso VIII:

(...)

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

Na verdade, a ausência dos documentos que autorizam o início da atividade comercial do evento em massa resulta em insegurança quanto a qualidade e riscos que o serviço possa apresentar, por isso é necessário que qualquer evento apenas passe a atuar no mercado após a concessão dos documentos inerentes ao serviço, que certifiquem a atenção do fornecedor as normas e disposições vigentes.

Toda empresa que trabalha na organização de eventos devem, obrigatoriamente, conter os seguintes documentos básicos:

- Alvará de Funcionamento;
- Atestado de Vistoria do Corpo de Bombeiros;
- Laudo do Meio Ambiente;
- Se houver entrada de menores de 18 anos desacompanhados – Alvará do Juiz da Infância e Juventude;



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

- Laudo Técnico, acompanhado de Atestado de Responsabilidade Técnica, acerca da capacidade máxima da edificação e condições estruturais;
- Atestado da Vigilância Sanitária;
- Contratação de Ambulância/serviço médico de emergência para o evento;
- Comunicação prévia ao Comando da Polícia Militar e Departamento de Trânsito do local;
- Contratação de equipe de segurança particular, compatível com o evento, dentre outros.

Desta feita, transcreveremos o conteúdo das normas específicas que tratam da atividade comercial em comento para realização de eventos em massas pertinentes ao caso:

- **Arts. 30, 31 e 36 da Lei Federal 8.078/1990 (CDC) – dispõe sobre a proteção quanto à oferta e à publicidade no âmbito do código de defesa do consumidor.**

O Código de Defesa do Consumidor tem um cuidado especial em relação à valorização da boa-fé objetiva e da aparência, trazendo um Direito Privado mais concreto e efetivo, e menos formalizado. Além da relação com o princípio da boa-fé objetiva, repise-se que o amplo amparo relativo à oferta interage com o princípio da transparência ou da confiança.

O art. 30 da Lei Consumerista traz em seu conteúdo os princípios da boa-fé objetiva e da transparência, ao vincular o produto, o serviço e o contrato ao meio da proposta e à publicidade, demonstrando que a conduta deve estar presente na fase pré-contratual do negócio de consumo. Enuncia o *caput* do comando legal:

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.



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

A complementar o sentido do seu dispositivo antecedente, o art. 31 da lei 8.078/90 (CDC) estabelece:

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.

Em suma, o conteúdo relativo à oferta deve ser completo, de modo que o consumidor seja devidamente informado a respeito daquilo que está sendo adquirido. Em todas as situações, deve-se levar em conta um nível de informações compatíveis com o *brasileiro médio*, ou seja, deve-se facilitar ao máximo a compreensão do conteúdo. Tal dever de informar mantém interação indeclinável em relação à boa-fé objetiva e a transparência exigidas na fase de contratação do serviço.

Deve-se mencionar o art. 36, da Lei Federal 8.078/90, que preconiza em seu *caput*, o instituto da publicidade, vejamos o que diz a aludida norma:

art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, identifique com tal.

A publicidade pode ser conceituada como sendo qualquer forma de transmissão difusa de dados e informações com o intuito de motivar a aquisição de produtos ou serviços no mercado de consumo.

Em termos gerais, a tutela da informação pode ser retirada do art.6º, inc. III, da Lei 8.078/90, que reconhece como direito básico do consumidor “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”

Ademais, a respeito dos princípios informadores da autuação publicitária, Antônio Herman V. Benjamin, autor do anteprojeto que gerou o CDC, enumera os seguintes:

- a) **Princípio da identificação da publicidade** - pois não se admite a publicidade clandestina ou subliminar.
- b) **Princípio da vinculação contratual da publicidade** – diante da regra estampada no art. 30 do CDC.
- c) **princípio da veracidade da publicidade** – pela vedação da publicidade enganosa.
- d) **princípio da não abusividade da publicidade** – pela proibição da publicidade abusiva, tida também com ilícita.
- e) **princípio da inversão do ônus da prova** – diante da regra do art.38 do CDC, segundo a qual o conteúdo da publicidade deve ser provado por quem patrocina.
- f) **princípio da transparência da fundamentação da publicidade** – a publicidade deve estar sintonizada com a boa-fé objetiva e a lealdade negocial.
- g) **princípio da correção do desvio publicitário** – além da reparação civil, presente o desvio, cabem medida administrativa e penais, bem como a necessidade de veiculação de uma contrapropaganda (art. 56, inc. XII, do CDC).
- h) **princípio da lealdade publicitária** – retirada do art.4º, inc. VI, do CDC que dispõe como fundamento da Política Nacional das Relações de Consumo a “coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores.
- i) **princípio da identificação publicitária** – pela vedação mascarada ou simulada/dissimulada. (BENJAMIM, Antonio Hermam V; Marques, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3.ed. São Paulo: RT, 2010. P. 234-236).

Diante dessa exaustiva explanação de princípios publicitários e da obrigatoriedade do fornecedor de prover de forma clara e precisa para o consumidor de



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

todas às informações possíveis, no tocante; lista de produtos que serão vendidos no evento com o respectivo preços, é sempre suspeita, a negativa, por parte da empresa, em não fornecer o que foi demandado.

É evidente que o consumidor, que é a parte mais vulnerável na relação de consumo, é o principal prejudicado, tendo em vista que é necessário que o fornecedor tenha em mente que, ao não fornecer a lista de preços e dos fornecedores, poderá colocar em risco à saúde e segurança dos consumidores.

• Da Lei Complementar Municipal nº 208, de 15 de Julho de 20015, que disciplina o Licenciamento Ambiental no Município de Fortaleza, estabelecendo critérios, parâmetros e custas aplicados ao processo de licenciamento e dá outras providências.

Partindo da premissa que um evento dessa magnitude envolveu uma grande concentração de pessoas e geram grandes quantidades de resíduos sólidos, é importante que os organizadores do evento, observem para os possíveis danos ao meio ambiente, tornando-se assim necessária à obrigatoriedade da Licença Ambiental.

O art. 2º, inc. IX, da Lei Complementar nº 208, preconiza a licença ambiental, senão vejamos:

Art. 2º– Para efeito desta Lei são adotadas as seguintes definições:

(...)

IX. Ato administrativo pelo qual o órgão ambiental competente estabelece as condições, restrições e medidas de controle ambiental que deverão ser obedecidas pelo empreendedor, pessoa física ou jurídica, pública ou privada, para localizar, instalar, operar ou ampliar empreendimentos e atividades utilizadoras dos recursos ambientais, considerados efetiva ou



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

potencialmente poluidores, ou qualquer que, sob qualquer forma, possam causar degradação ambiental.

Fica evidente que a norma municipal tem uma preocupação primordial: que é de que à garantia, que todos os estabelecimentos obedeçam os procedimentos de controle de resíduos sólidos e poluentes.

Assim, por se tratar-se de uma norma supralegal, o Código de Defesa do Consumidor, tem uma abrangência peculiar, notadamente inserida pela teoria do *dialogo das fontes*. Por essa abrangência, é nítida que toda relação de consumo deve sempre constar à incidência do referido diploma legal.

Essa explanação se faz necessária, pois o a Lei Federal 8.078/90, fundamenta os princípios e direitos básicos dos consumidores, obviamente que quanto à Licença Ambiental, o inciso I, do art. 6º é que o melhor se aplica nesta integração da norma consumerista com as outras. Vejamos:

art. 6º. São direitos básicos do consumidor.

I- a proteção da vida, saúde e segurança contra riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos.

Diante disso, evidencia-se que toda empresa que atue nos segmento de realização de eventos ou que atue no setor hoteleiro, precisa atentar-se para um cuidado maior na questão ambiental, e possuir à Licença Ambiental, pois com já mencionado anteriormente, a realização, e, a própria hospedagem de pessoas, que irão para um eventos dessa magnitude, acarreta uma grande quantidade resíduos sólidos, que poluem os mananciais, praias e mares.



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

- **Da Lei Complementar Municipal nº 93/11, que cria o sistema simplificado de procedimentos para registro, emissão e gerenciamento eletrônico da consulta prévia, do alvará e do registro sanitário.**

O Registro Sanitário, previsto na citada Lei Complementar Municipal nº 93/11, é resultado do controle sanitário do estabelecimento, que visa, sobretudo, garantir a saúde da população, de modo geral. Vejamos o que dispõe o Art. 14 da norma:

Art. 14. O registro sanitário é o documento que formaliza o controle sanitário do estabelecimento, visando garantir boas condições de funcionamento no tocante à saúde da população; os critérios para a sua exigibilidade e concessão são a seguir regulamentados, passando o mesmo ser emitido por meio eletrônico.

Destarte, é cristalina a preocupação do Poder Público em regradar o exercício das atividades afetas à sociedade em geral, isto porque a questão sanitária transcende a esfera das relações de consumo. Na verdade, revela-se como verdadeiro interesse social, tanto assim que foi inserida no art. 196, na Constituição Federal de 1988, reconhecendo à saúde como direito de todos e dever do Estado. Com efeito, o direito à saúde, por estar intimamente atrelado ao direito à vida, manifesta a proteção constitucional à dignidade da pessoa humana.

A Vigilância Sanitária tem o condão de eliminar, diminuir, prevenir e intervir nos problemas sanitários que possam acarretar riscos à saúde. Tais medidas são executadas como desdobramento da competência do Município e formalizado pela expedição de Alvará de Registro Sanitário, conforme depreende-se da leitura dos arts. 2º e 3º da Portaria Municipal nº 459/2017, cujo teor transcrevemos:

Art. 2º. Entende-se por vigilância sanitária um conjunto de ações capaz de eliminar, diminuir ou prevenir riscos à saúde e de intervir nos problemas sanitários decorrentes do



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

meio ambiente, da produção e circulação de bens e da prestação de serviços de interesse da saúde, abrangendo:

I – o controle de bens de consumo que, direta ou indiretamente, se relacionem com a saúde, compreendidas todas as etapas e processos, da produção ao consumo;

II – o controle da prestação de serviços que se relacionam direta ou indiretamente com a saúde.

Art. 3º. A licença sanitária é o documento que formaliza o controle sanitário do estabelecimento, visando garantir boas condições de funcionamento no tocante à saúde da população. Os critérios para a sua exigibilidade e concessão são a seguir regulamentados, passando o mesmo a ser emitido por meio eletrônico.

§ 1º – A licença sanitária será concedida para as atividades realmente desenvolvidas pelo Setor Regulado, sendo estas listadas no termo fiscal de acordo com o código da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) para fins de expedição da referida licença.

§ 2º – A licença sanitária deverá ser afixada em local visível ao público, observando sua validade, conforme prevista em lei, devendo ser renovada por períodos iguais e sucessivos.

O documento de Registro Sanitário é pré-requisito para o apto funcionamento do estabelecimento e prestação de serviço; ressalta-se ainda que qualquer irregularidade perante a vigilância sanitária pode acarretar em grave dano à integridade do consumidor.

Deste modo, torna-se evidenciada a necessidade de atenção da empresa que realizou o evento e também do hotel com relação ao absoluto cumprimento das normas sanitárias, bem como com a incumbência do estabelecimento em manter a legalidade da documentação inerente a sua atividade.



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

É evidente que a saúde do consumidor é colocada em risco, pois se a empresa que organizou o evento ou mesmo o hotel, que foi o local onde se realizou a festa, não possuem a Licença Sanitária, demonstra, por parte de ambas, uma total negligência e descomprometimento, pois se tais empresas, que não possuem a Licença Sanitária, funcionam sem uma fiscalização por parte dos agentes públicos sanitários, quanto mais dos produtos que ali forma vendidos, pois sem saber sua procedência, representam risco à incolumidade dos consumidores.

Finalmente, a realização de eventos de acordo com a legislação aplicável a cada caso permite que, a um só tempo, os fornecedores atuem regularmente no mercado de consumo e, também, garante que o serviço prestado ao consumidor seja adequado aos fins a que se destina. A disseminação de boas condutas no mercado de consumo torna as relações mais cristalinas, de maneira que todos sejam beneficiados com os eventos realizados.

Dessa forma, é inquestionável a prática de infração administrativa, tendo a conduta da empresa reclamada ferido o princípio de reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo, os direitos básicos dos consumidores à informação adequada e clara e à saúde e à segurança, bem como às normas que versam sobre a Licença Ambiental e a Licença Sanitária, previstos nos seguintes dispositivos legais: arts. 4º, I; e 6º, I e II, 30, 31, 36 e 39, VIII do Código de Defesa do Consumidor c/c art. 5º, inc. III, alínea e da Lei Complementar Municipal nº 208/2015 (dispõe do Licenciamento Ambiental) c/c art.14 da Lei Complementar nº 93/2011 (que rege a Licença Sanitária).

Eis, portanto a fundamentação da presente decisão administrativa.

III - DA ANÁLISE DA DEFESA ADMINISTRATIVA



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

Por conseguinte e para exercer o seu direito de defesa, a autuada foi regularmente notificada para apresentar defesa administrativa, no prazo de 10 dias, a contar da notificação, **conforme consta às fls.16**, nos termos do art. 44 do Decreto nº 2181, de 20 de Março de 1997 (Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC).

Art. 44. O infrator poderá impugnar o processo administrativo, no prazo de dez dias, contados processualmente de sua notificação, indicando em sua defesa[...]

Da mesma forma, extrai-se do art. 21 da Lei Complementar Estadual nº 30, de 26 de julho de 2002 que parte Ré poderá apresentar defesa administrativa, no prazo de 10 dias, contados da notificação. *In verbis*:

Art. 21. O infrator ou reclamado poderá impugnar o processo administrativo, no prazo de dez dias, contados processualmente de sua notificação, indicando em sua defesa[...]

A empresa GRAN MARQUISE HOTEL foi regularmente notificada às fls.16, para prestar defesa no prazo de 10 dias, nos termos do art.42 do Decreto nº 2.181/97 e do art. 21 da Lei Complementar nº 30/02, entretanto não protocolou defesa administrativa. Todavia, a empresa AP - ANA PINHEIRO EVENTOS (organizadora do respectivo evento), limitou-se em anexar apenas às cópias de requerimento de Licença Ambiental e Renovação de Licença Sanitária (fls.04/15), bem como disponibilizou às planilhas da quantidade de ingressos que seriam ofertados para o público em geral (fls.13). Insta constar que a empresa também forneceu o Certificado de Conformidade do Corpo de Bombeiros (fls. 05).

Fica evidenciado que a empresa não possuía as informações que foram requisitadas, tais como: Lista contendo os produtos que foram vendidos no evento e seus respectivos preços, que ali foram praticados, os fornecedores que prestarão serviços no evento com a respectiva



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

documentação para exercício da atividade comercial, Laudo do Meio Ambiente e Licença Sanitária. Entretanto, realizou o evento sem obter a documentação necessária para a sua realização, configurando-se prática infrativa por parte do HOTEL GRAN MARQUISE, local onde ocorreu o evento, uma vez que este não se preocupou com os riscos que poderiam ocasionar na saúde e segurança dos consumidores.

É mister ressaltarmos que o processo ora instaurado, fora contra o GRAN MARQUISE HOTEL, pois mesmo não sendo a organizadora do evento, a empresa responde de forma solidária, conforme preconiza o art.18 do CDC, *senão vejamos*:

Art. 18. OS fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes vencidas.

Como demonstrado, o Código de Defesa do Consumidor consagra como regra a responsabilidade objetiva e solidária dos fornecedores de produtos e prestadores de serviço, frente aos consumidores. Tal opção visa facilitar a tutela dos direitos do consumidor.

O fato do serviço ou defeito está tratado pelo art. 14 do CDC, gerando a responsabilidade objetiva e solidária entre todos os envolvidos com a prestação, pela presença de outros danos, além do próprio serviço como bens de consumo. Senão vejamos:

art.14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. grifo nosso.

Deve-se atentar que, no fato do serviço ou defeito, há evidente solidariedade entre todos os envolvidos na prestação, assim, ao realizar o evento em suas dependências, o GRAN MARQUISE HOTEL, assume total responsabilidade dos possíveis danos que viesse a ocorrer, tanto na seara da má prestação dos serviços, que ali foram oferecidos, como também, dos riscos que se ofereceu ao público em geral, por estar, funcionando de forma irregular.

IV - DA DECISÃO

Com efeito, as sanções administrativas previstas para as praticas infrativas contra o consumidor estão determinadas no art. 56 da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor – CDC) e no art. 18 do Decreto Federal nº 2.181, de 20 de Março de 1997 (Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC), **entre elas a pena de multa.**

As penalidades previstas no Decreto nº 2.181/97, consideram os seguintes aspectos: atenuantes e agravantes, bem como os antecedentes do infrator, todas essas circunstâncias nos termos do art. 24 daquele decreto, que dispõe imposição da pena e sua graduação.

Dentre as condições atenuantes, nos termos do art. 25 deste mesmo decreto, enumera-se: a ação do infrator não ter sido fundamental para a consecução do fato; ser o infrator primário e ter o infrator adotado as providências pertinentes para minimizar ou de imediato reparar os efeitos do ato lesivo.



MPCE
Ministério Público
do Estado do Ceará

**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

No Decreto em referência, dispõe seu art. 26 como circunstâncias agravantes: I - ser o infrator reincidente; II - ter o infrator, comprovadamente, cometido a prática infrativa para obter vantagens indevidas; III - trazer a prática infrativa consequências danosas à saúde ou à segurança do consumidor; IV - deixar o infrator, tendo conhecimento do ato lesivo, de tomar as providências para evitar ou mitigar suas consequências; V - ter o infrator agido com dolo; VI - ocasionar a prática infrativa dano coletivo ou ter caráter repetitivo; VII - ter a prática infrativa ocorrido em detrimento de menor de dezoito ou maior de sessenta anos ou de pessoas portadoras de deficiência física, mental ou sensorial, interdidas ou não; VIII - dissimular-se a natureza ilícita do ato ou atividade; IX - ser a conduta infrativa praticada aproveitando-se o infrator de grave crise econômica ou da condição cultural, social ou econômica da vítima, ou, ainda, por ocasião de calamidade.

Para mensurar o quantum, deve-se levar em consideração, além das circunstâncias atenuantes e agravantes, conforme dispõe o artigo 28 do mesmo Decreto, a gravidade da prática infrativa, a extensão do dano causado aos consumidores, a vantagem auferida com o ato infrativo e a condição econômica do infrator, respeitados os parâmetros estabelecidos no parágrafo único do art. 57 da Lei no 8.078, de 1990.

Destarte, aplica-se ao **GRAN MARQUISE HOTEL** a **atenuante** de ser a infratora primária e ter o infrator adotado as providências pertinentes para minimizar ou de imediato reparar os efeitos de ato lesivo, todas previstas no art.25 do Decreto 2.181/97. As **agravantes** previstas no inciso III (trazer a prática infrativa consequências danosas à saúde ou à segurança do consumidor) do art. 26 do Decreto 2.181/97.

Observando esta Promotora de Justiça que a empresa incorreu em prática infrativa, intencionalmente ou não, cumpre adotar as providências necessárias para que seja a empresa identificada e sancionada, de forma a inibir este tipo de conduta no mercado consumidor. Ademais, a aplicação da sanção administrativa não busca causar prejuízo aos fornecedores, mas



MPCE
Ministério Público
do Estado do Ceará

**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

somente coibir a má-fé ou displicência e descaso para com os consumidores. Desta sorte, não deve ser aplicada sanção administrativa menor do que o valor do objeto da questão, uma vez que acabaria por se tornar mais lucrativo para a autora da infração simplesmente arcar com o custo da multa arbitrada em seu desfavor do que atender à demanda proposta pelo consumidor.

Considerando, ainda, o porte econômico da empresa, fixa-se a multa arbitrada inicialmente é de **7.000 (sete mil) UFIRCE** em decorrência da gravidade da infração. Considerando a atenuante de ser a infratora primária e por ter adotado as providências pertinentes para minimizar ou de imediato reparar os efeitos do ato lesivo, diminuimos a pena na metade, perfazendo a quantia de **3.500 (três mil e quinhentas) UFIRCE**. Considerando, no entanto, as agravantes supra, aumenta-se a multa em 1/3 (um terço), fixando o valor da **MULTA DEFINITIVA em 4.616 (quatro mil e seiscentas e dezesseis) UFIRCE.**

V – DISPOSITIVO

ANTE O EXPOSTO, julgo procedente o processo administrativo de ofício, tendo em vista que a empresa MARQUISE EMPREENDIMENTOS S/A, que atende pelo nome fantasia de “GRAN MARQUISE HOTEL”, pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o N° 07.406.242/0001-29, infringiu os arts. 4º, I; e 6º, I, II, 30, 31, 36 e 39, VIII do Código de Defesa do Consumidor c/c art. 5º, inc. III da Lei Complementar Municipal 208/2015 (dispõe do Licenciamento Ambiental)) c/c Art. 14 da Lei Complementar 93/2011(que rege sobre a Licença Sanitária), aplicando-lhe a pena de multa correspondente a 4.616 (quatro mil e seiscentas e dezesseis) UFIRCE, nos termos do art. 57, parágrafo único da Lei n° 8.078/90 e dos arts. 24 a 28 do Decreto n° 2.181/97.

Intime-se à reclamada da presente decisão nos termos do art. 41 da Lei Estadual Complementar n° 30, de 26 de julho de 2002, **para efetuar o seu pagamento por meio de boleto bancário que segue anexo à decisão, ou, se pretender, ofereça recurso administrativo**



**PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
SECRETARIA EXECUTIVA**

no prazo de 10 (dez) dias contra a referida decisão à Junta Recursal do Programa Estadual de Proteção ao Consumidor – JURDECON, como dispõe o art. 23 § 2º e art. 25, do mesmo diploma legal.

Caso a empresa reclamada supracitada não apresente recurso da decisão administrativa, ou não apresente o comprovante original de pagamento da multa aqui aplicada, ficará sujeito as penalidades do artigo 29 da Lei complementa nº 30 de 26.07.2002 (D.O 02.08.02).

Informo ainda, que o valor atual da UFIRCE (Unidade Fiscal de Referência do Ceará) corresponde a R\$ 3,93123 (três reais, noventa e três mil, cento e vinte e três centésimos milésimos de real).

Cumram-se os expedientes necessários. Registre-se. Publique-se.

Fortaleza, 16 de Abril de 2018.

**Ann Celly Sampaio
Secretária Executiva,
DECON/CE**