



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

**O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE
JANEIRO**, por intermédio do Promotor de Justiça que ao final subscreve,
vem, respeitosamente perante Vossa Excelência, com fulcro na Lei
7.347/85 e 8.078/90, ajuizar a competente

AÇÃO CIVIL PÚBLICA
com pedido de tutela de urgência antecipada

em face de **MADEIRAMADEIRA COMÉRCIO ELETRÔNICO S/A**,
pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 10.490.181/0001-35,
com sede na rua Marechal Deodoro, nº 717, 2º andar, Centro, Curitiba, PR
– CEP: 80.020-320, pelas razões que passa a expor:

I) DA LEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO:

O Ministério Público possui legitimidade para a propositura de
ações em defesa dos direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos,
nos termos do art. 81, parágrafo único, I, II e III c/c art. 82, I, da Lei nº
8.078/90. Ainda mais em hipóteses como a vertente, em que o número de
lesados é expressivo e se encontra disperso, dificultando a defesa dos
respectivos direitos individuais.





Constata-se, ainda, que os valores em jogo são relevantes, já que o serviço prestado pela ré abrange um número expressivo de consumidores, revelando, por conseguinte, o interesse social que justifica a atuação do Ministério Público.

Sobre a legitimidade do Ministério Pública para a propositura de ação civil pública, o Superior Tribunal de Justiça editou a Súmula 601, segundo o qual prevê:

O Ministério Público tem legitimidade ativa para atuar na defesa de direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos dos consumidores ainda que decorrente de prestação de serviço público.

A Instituição autora, neste mister, atua no exercício que lhe confere o Título IV, Capítulo IV, Seção I, da Carta Constitucional de 1988, mais precisamente do inciso III, do art. 129, onde "*são funções institucionais do Ministério Público (III) promover o inquérito civil e a ação civil pública, para a proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos*".

Na esteira desse dispositivo citado, o artigo 25, inciso IV, alínea "a", da Lei Federal 8.625/93 - Lei Orgânica Nacional do Ministério Público - estatui que "*além das funções previstas nas Constituições Federal e Estadual, na Lei Orgânica e em outras leis, incumbe, ainda, ao Ministério Público (...) promover o inquérito civil e ação civil pública (...) para a proteção, a prevenção e a reparação dos danos causados ao patrimônio público e social, ao meio ambiente, ao consumidor, aos bens e direitos de valor artístico, e a outros interesses difusos, coletivos, homogêneos e individuais indisponíveis*".

A Lei n. ° 7.347/85 (LACP) atribui legitimidade ao Ministério Público para o ajuizamento de ação civil pública para a prevenção ou





reparação dos danos causados ao consumidor, em decorrência de violação de interesses ou direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos (v. artigos 1º, 3º, 5º, "caput", e 21).

II) DOS FATOS:

Foi instaurado, no âmbito desta Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva de Defesa do Consumidor e do Contribuinte da Capital, o inquérito civil nº 628/2019 (anexo) para averiguar suposto descumprimento no prazo de entrega de produtos adquiridos no site www.madeiramadeira.com.br.

Narra a noticiante que comprou um conjunto de móveis de quarto de bebê no site MadeiraMadeira, em 07/03/2019, sendo a data prevista para entrega dia 04/04/2019. Segundo a representante, não há informações claras de coleta e demais dados de entrega, além de não haver telefone de SAC disponível, sendo o atendimento unicamente via chat.

Em diligências preliminares, foi determinada a notificação da ré para prestar esclarecimentos sobre os fatos narrados na representação, a expedição de ofícios ao Procon Carioca e à Comissão de Defesa do Consumidor da ALERJ para informar a existência de reclamações análogas à representação e a solicitação de pesquisa no banco de dados do CAO Consumidor, com vistas à localização de reclamações similares.

Pesquisa do CAO Consumidor às fls. 09/53, localizando centenas de reclamações narrando o descumprimento do prazo de entrega e a ausência de telefone para contato com a empresa.

Ofício do Procon Carioca informando o registro de reclamação acerca do objeto investigado (fls. 54/55). No mesmo sentido, respondeu a Comissão de Defesa do Consumidor da ALERJ (fls. 56/58).





Instada a se manifestar, a empresa tratou o caso como individual, informando que a demanda da notificante já teria sido solucionada. De acordo com a ré, “a transportadora responsável pela entrega do produto informou que o mesmo foi extraviado durante o transporte”. Mais adiante, esclareceu a empresa que “antes da entrega da nova unidade, a consumidora solicitou o cancelamento da compra e a devolução do valor pago pelo produto” (fls. 60/76).

Este *Parquet* determinou a expedição de nova notificação, para que a ré se manifestasse sobre as reclamações encontradas pelo CAO Consumidor e sobre a ausência de número telefônico para contato direto com o consumidor.

Em resposta, a ré informou que não fabrica nem armazena os produtos anunciados em sua loja virtual madeiramadeira.com.br, atuando como plataforma intermediária entre os compradores e fabricantes diretos (fls. 79/154).

Sobre a ausência de telefone para contato, a empresa afirmou não possuir obrigação legal de disponibilizar canais de atendimento por telefone. Esclarece, ainda, que cumpre fielmente o Decreto nº 7.962/2013, que regulamenta o Código de Defesa do Consumidor para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

Acerca das reclamações obtidas no “reclame aqui”, pontuou que “a maioria das reclamações é fundada em atraso nas entregas”. Salientou que o site MadeiraMadeira opera como um *marketplace*, não sendo a fornecedora direta dos produtos. Expõe que nos “termos e condições gerais de uso”, a MadeiraMadeira informa que o prazo de entrega informado é uma previsão, sujeita a variações.

Mesmo com as justificativas apresentadas pela empresa, em nova pesquisa realizada no site “reclame aqui” foram localizadas novas e





recentes reclamações referentes à “atraso na entrega”, o que ratifica a deficiência na prestação do serviço (fls. 156/161).

Em resposta, a ré prestou os mesmos esclarecimentos anteriores, afirmando não fabricar e nem armazenar produtos anunciados em sua loja virtual, atuando como plataforma intermediária entre compradores e fabricantes. Expõe que o fato de existir determinado número de reclamações na plataforma “reclame aqui” é insuficiente para configurar dano à coletividade (fls. 167/170).

Atas de reuniões às fls. 175/176 e 190/191.

Nova manifestação da ré requerendo a modificação das cláusulas do TAC. No entanto, com relação à observância do prazo de entrega dos produtos, afirmou não ter como informar com exatidão o prazo de entrega (fls. 192/249).

Foram enviadas diversas minutas de Termo de Ajustamento de Conduta, com vistas a solução extrajudicial da questão. No entanto, a empresa não manifestou sua concordância.

Deste modo, diante do contexto fático e probatório, bem como da ausência de interesse na resolução extrajudicial das inconformidades, com a celebração de Termo de Ajustamento de Conduta, não restou alternativa senão o ajuizamento de ação coletiva.

III) DOS FUNDAMENTOS:

a) DA RELAÇÃO DE CONSUMO:





Para determinar o âmbito de aplicação do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) é necessário averiguar a presença dos elementos da relação de consumo.

A relação de consumo pode ser caracterizada por seus elementos, a saber, (i) elementos subjetivos, os consumidores e os fornecedores e (ii) elemento objetivo, a prestação de produto ou serviço. Como estes elementos são interdependentes, a ausência de quaisquer deles descaracteriza a relação jurídica de consumo, afastando a aplicação do CDC.

O art. 2º, *caput*, do CDC, traz a definição de consumidor:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Assim, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que, ao adquirir ou utilizar produto ou serviço, o faz como destinatário final ou fático, isto é, de forma a retirar o produto ou serviço do mercado de consumo, usufruindo de modo definitivo de sua utilidade.

Em interpretação da legislação consumerista, que pretende a proteção da parte vulnerável, conclui-se também que o consumidor há de ser não profissional, ou seja, ser o destinatário econômico do produto ou serviço, de forma a não reempregá-lo no mercado de consumo com objetivo de lucro.

Esse conceito de consumidor vai ser complementado, ampliando-se de forma a prever a noção de consumidor equiparado, tal como é o caso do parágrafo único do art. 2º do CDC, que vai trazer o conjunto de consumidores de produtos ou serviços figurando como elemento da relação jurídica:





Art. 2º (...)

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

A finalidade dessa equiparação é ampliar o âmbito de incidência do CDC, possibilitando a tutela coletiva dos direitos e interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos (art. 81, CDC). Portanto, considera-se como consumidor a “*coletividade de pessoas (...) que haja intervindo nas relações de consumo*”, referindo-se não apenas aos consumidores que tenham adquirido ou utilizado o produto ou serviço, mas a todos aqueles que estejam expostos às práticas dos fornecedores no mercado de consumo.

No caso em apreço, a inobservância do prazo de entrega dos produtos e a ineficiência do atendimento ao consumidor por meio eletrônico (atendimento via chat), expõe todo um conjunto de consumidores à prática abusiva, desobedecendo as regras da Lei nº 8.078/90.

Da leitura do *caput* do artigo 3º, do CDC, depreende-se que fornecedor é todo aquele que pratica as atividades ali descritas. Vejamos:

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.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 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.

Assim, o fornecedor de produtos é aquele que executa “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração”. Refere-se o §2º ao serviço oferecido no mercado em decorrência da atividade econômica do fornecedor, tendo como objeto da relação de consumo o serviço remunerado.

Ora, a empresa investigada tem como atividade econômica a venda de produtos no varejo, por meio de marketplace, sendo certo enquadrar-se na definição de *fornecedor* acima exposta.

Frisa-se que a teoria da aparência responsabiliza aquele que, embora não seja o efetivo vendedor, é visto pelo consumidor no negócio, como no caso da empresa Madeira Madeira, que seria intermediadora, através de sua plataforma digital.

A função da aparência, ensina Rafaelle Moschella, é “(...)aquela de legitimar o terceiro a tratar com aquele que parece titular de uma situação jurídica como se este o fosse realmente”¹, na proteção do sujeito de boa-fé.

As regras da aparência, observa Jean Calais-Auloy, justificam-se pela necessidade de se atribuir uma obrigação a cargo da pessoa que, de uma forma ou de outra, contribuiu para criar uma situação enganosa, independentemente de culpa.²

A responsabilidade da ré decorre ainda da solidariedade da cadeia de fornecedores de produtos e serviços, por força dos artigos 7º, parágrafo único, 12 e 14 do Código de Defesa do Consumidor.

¹ MOSCHELLA, Rafaelle. *Contributo alla teoria dell'aparenza giuridica*. Milano: Giuffè, 1973. p.68-74.

² CALAIS-AULOY, Jean. *Essai sur la notion d'apparence en droit commercial*. Paris: LGDJ, 1959. p.19

⁵ Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva e Defesa do

Consumidor e do Contribuinte - Comarca da Capital

Av. Nilo Peçanha, nº 151 / 5º andar, Centro – Rio de Janeiro.

CEP 20020-100 - Telefone: (21) 2507-5340

E-mail: 5pjtccap@mprj.mp.br





Neste sentido, a jurisprudência do E. TJRJ:

*Direito do Consumidor. Produto não entregue. Marketplace. Responsabilidade solidária. Danos morais configurados. Apelação provida. 1. O quadro fático é incontroverso: o produto não foi entregue à apelante. 2. Ademais, a despeito de haver solicitado, não houve o estorno da compra. 3. **Há relação de consumo entre as partes, sendo a apelante compradora de produto vendido por terceiros através do sítio da apelada.** 4. **Nesses casos de marketplace, é manifesta a solidariedade entre os fornecedores que integram a cadeia de consumo.** 5. Danos morais decorrentes da ofensa à dignidade. 6. Valor indenizatório que se fixa, considerando-se o tempo para solução do imbróglio. 7. Apelação a que se dá provimento. (TJ-RJ – APL: 00004744920178190202, Relator: Des(a). HORÁCIO DOS SANTOS RIBEIRO NETO, Data de Julgamento: 16/06/2020, DÉCIMA QUINTA CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 2020-06-18) (g.n.)*

*APELAÇÃO CÍVEL E RECURSO ADESIVO. AÇÃO INDENIZATÓRIA POR DANOS MORAIS C/C OBRIGAÇÃO DE FAZER C/C TUTELA DE URGÊNCIA. RELAÇÃO DE CONSUMO. NÃO ENTREGA DE PRODUTO COMPRADO PELA INTERNET. MARKETPLACE. GELADEIRA. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. DANOS MORAIS CONFIGURADOS. ESSENCIALIDADE DO PRODUTO. VERBA INDENIZATÓRIA FIXADA EM VALOR RAZOÁVEL. SENTENÇA DE PROCEDÊNCIA QUE SE MANTÉM. 1. **A relação jurídica é de natureza consumerista.** 2. **Incontroverso nos autos a existência da falha na prestação dos serviços imputada à ré, decorrente da não entrega de produto ao comprador.** 3. **Presença de***





Marketplace, considerado um shopping virtual, o qual traz vantagens tanto para consumidores quanto fornecedores pela facilidade de acesso aos produtos via internet.

4. Ilegitimidade passiva afastada. 5. Danos morais caracterizados. 6. Resta evidente, que a não entrega do produto frustrou a legítima expectativa do consumidor, apresentando-se verossímeis suas alegações, devendo ser ressaltado que tais circunstâncias, fogem do mero inadimplemento contratual, ingressando na esfera da lesão a direito da personalidade, provocando no indivíduo, sentimentos de angústia, tristeza e humilhação, caracterizadores do instituto. 7. Incidência da Súmula nº 343 do TJRJ. 8. Precedentes jurisprudenciais de nossa Corte de Justiça. 9. Recurso da empresa ré e recurso adesivo aos quais se nega provimento. (TJ-RJ – APL: 02344407420168190001, Relator: Des(a). WILSON DO NASCIMENTO REIS, Data de Julgamento: 30/01/2020, VIGÉSIMA SEXTA CÂMARA CÍVEL) (g.n.)

Assim sendo, não restam dúvidas quanto à aplicação do Código de Defesa do Consumidor ao caso em tela.

b) DA PROTEÇÃO CONTRA PRÁTICAS ABUSIVAS:

O Código de Defesa do Consumidor, ao mesmo tempo em que institui direitos ao consumidor, impõe deveres aos fornecedores de produtos e serviços, buscando promover o equilíbrio contratual nas relações de consumo.

No bojo do princípio do equilíbrio contratual, a sistemática da legislação consumerista objetiva coibir práticas e cláusulas abusivas que possam vir a ser realizadas em detrimento do consumidor.





Desse modo, o CDC preceitua como direito básico do consumidor, conforme o inciso IV do art. 6º, “*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*”.

Preleciona Bruno Miragem que as práticas abusivas englobam “*toda a atuação do fornecedor no mercado de consumo, que caracterize o desrespeito a padrões de conduta negociais regularmente estabelecidos, tanto na oferta de produtos e serviços, quanto na execução de contratos de consumo, assim como na fase pós-contratual*”. Conclui-se, dessa forma, que as condutas das partes devem se orientar pela boa-fé objetiva em todos os momentos da relação contratual.

O princípio da boa-fé objetiva está previsto expressamente no artigo 4º, inciso III, do CDC, quando a legislação consumerista prevê que a Política Nacional das Relações de Consumo deve ser executada consoante a “*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*”.

A boa-fé objetiva, princípio basilar do direito privado em geral, segundo Carlos Roberto Gonçalves, “*exige que as partes se comportem de forma correta não só durante as tratativas, como também durante a formação e o cumprimento do contrato*”³. Para o autor, tal princípio está fundado em valores como a honestidade, a retidão, a lealdade e a consideração para com os interesses do outro contraente.

³ GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito Civil Brasileiro*. Vol. 3. São Paulo: Editora Saraiva, 2017, p. 54.

5ª Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva e Defesa do

Consumidor e do Contribuinte - Comarca da Capital

Av. Nilo Peçanha, nº 151 / 5º andar, Centro – Rio de Janeiro.

CEP 20020-100 - Telefone: (21) 2507-5340

E-mail: 5pjtccap@mprj.mp.br





Segundo Bruno Miragem, é a atuação conforme a boa-fé objetiva que impossibilita o abuso de direito, uma vez que *“o exercício da liberdade de contratar, ou dos direitos subjetivos de que se é titular por força da lei ou contrato, não podem se dar em vista, exclusivamente, dos interesses egoísticos de uma das partes. Ao contrário, a boa-fé objetiva impõe que ao atuar juridicamente, seja levado em consideração também os legítimos interesses alheios, de modo evitar seu desrespeito”*.

No caso em tela, flagrante é a afronta às normas consumeristas, especialmente no que concerne à inobservância do prazo de entrega dos produtos e a ineficiência do atendimento ao cliente via chat.

O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 39, inciso XII, estabelece que *“é vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas, deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação (...)”*.

Ainda segundo a Lei nº 8.078/90, o desrespeito ao prazo acordado configura descumprimento da oferta e, como consequência, poderá o consumidor, alternativamente e à sua livre escolha, exigir (I) a execução forçada da obrigação; (II) aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente; (III) rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, além de perdas e danos, nos termos do artigo 35 do Código de Defesa do Consumidor.

Verifica-se, portanto, que a legislação garante ao consumidor o direito de saber exatamente quando será iniciada e finalizada a entrega do produto, tendo o fornecedor a obrigação de cumprir rigorosamente o prazo estipulado, sendo certo que a inobservância de tal prazo dará ao consumidor, dentre outros, o direito à indenização por eventuais perdas e danos dela decorrentes.





c) DA INEFICIÊNCIA DO ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR

Nos termos do Decreto nº 7.962/2013, que dispõe sobre a contratação no comércio eletrônico, para garantir o atendimento facilitado no comércio eletrônico, o fornecedor deverá “*manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato*”.

As diversas reclamações encontradas pelo CAO Consumidor noticiam do descumprimento do art. 4º, V, do Decreto nº 7.962/2013, ao afirmarem que o único meio de atendimento disponível é através de chat, o qual se mostra ineficiente.

A título exemplificativo, na presente data, foi realizada pesquisa no sítio eletrônico “Reclame Aqui”, ferramenta comumente utilizada pelos consumidores para registrar suas reclamações e experiências mal resolvidas com prestadoras de serviços. Assim, constatou-se a existência de numerosas reclamações em face da ré, evidenciando-se a insatisfação dos consumidores, justamente com a forma de prestação do serviço de atendimento via chat.

Vejamos algumas das reclamações mais recentes:

1. https://www.reclameaqui.com.br/madeiramadeira/atraso-na-entrega-e-falta-de-atendimento_1KIHlaqWqxhdXVmf/





Atraso na entrega e falta de atendimento



MadeiraMadeira

Osasco - SP ID: 119086483 02/02/21 às 20h40 denunciar

[Atraso na entrega](#) [Móveis](#) [Móveis em Geral](#)

Realizei a compra de 2 guarda roupa no dia 29/11/2020, com prazo de entrega para 16/12/20, não entregaram, informaram que seria entregue até 21/12/20, também não entregaram, reagendada via chat para 03/02/21, hoje dia 02/02/21 entrei em contato novamente para confirmar a entrega e informaram que não será entregue e que tão pouco tem previsão para entrega.

Eles não tem nenhum telefone para contato, não consigo cancelar e solicitar o ressarcimento do valor pago. Gostaria que a Madeira Madeira desse mais atenção aos seus clientes. Aguardo uma solução para o nosso caso. Entrega o pedido ou devolve meu dinheiro.

2. https://www.reclameaqui.com.br/madeiramadeira/falta-de-comprometimento-com-o-cliente-nao-cumprem-data-de-entrega/JZe9KdCOt9_976eT/





FALTA DE COMPROMETIMENTO COM O CLIENTE NÃO CUMPREM DATA DE ENTREGA



MadeiraMadeira

📍 São Paulo - SP ID: 120255651 📅 27/02/21 às 16h10 denunciar

[Meu atendimento no SAC](#) [Portas](#) [Portas e Janelas](#)

FIZ UMA COMPRA NO INICIO DO MÊS 02, COM OBRA EM ANDAMENTO, COM O PRAZO INDICADO NO PEDIDO COM 6 DIAS ÚTEIS, (TENHO ISSO PRINTADO NA COMPRA), FAZ MAIS DE 15 DIAS QUE TENHO COBRADO DESSA EMPRESA AQUI MENCIONADA, DESSDE JÁ INFORMO QUE O SAC (AJUDA QUE ELES DIZEM) NÃO RESOLVEM NADA, CRIARAM UM PRAZO QUE EU NÃO FUI INFORMADO PARA O MEIO DO MÊS 04, QUE NÃO FOI INFORMADO NA COMPRA. ESSA EMPRESA NÃO TEM SE QUER UM TELEFONE DE ATENDIMENTO DE SAC, SE ESCONDEM EM CIMA DE UM MENU ELETRONICO NO WHATS APP, QUE NÃO CHEGA A LUGAR NENHUM, A NÃO SER ESSA AJUDA FRUSTRANTE DESTE PESSOAL DO SAC, INFELIZMENTE TENHO ENTENDIMENTO QUE ESSA EMPRESA VENDE SEM TER O PRODUTO, OU SEJA, PELO JEITO NEM PEDIDO DEVE TER NO FORNECEDOR DELES, NÃO RECOMENDA ESSA COMPRA PARA TODA A COMUNIDADE DO RECLAME AQUI E REDES SOCIAIS, AVISEI A SEMANA INTEIRA QUE SE EU NÃO TIVESSE A NF ME ENVIADA, E A INFORMAÇÃO QUE O PRODUTO TIVESSE NA TRANSPORTADORA, EU ENTRARIA COM A RECLAMAÇÃO, INFELIZMENTE MESMO TENDO EXPERIÊNCIAS EM COMPRAS AINDA CAI NA MÃO DESSA EMPRESA, QUE SEQUER TEM INTERESSE E BOA VONTADE PARA ATENDER SEU CLIENTE, QUE DEVERIA SER O SEU PATRIMONIO, CLIENTE FELIZ, VOLTA E COMPRA, CLIENTE INSATISFEITO ALÉM DE NÃO COMPRAR MAIS, ORIENTA A SEUS AMIGOS A COMPRAREM DE OUTROS FORNECEDORES, NESTE MESMO PERIODO, COMPREI DA SODIMAC, LEROY E OUTRAS EMPRESAS, E ME ENTREGARAM EM 3 DIAS, ATÉ A PARCEIRA DELES RA QUE VEIO OS VENTILADORES ME ENTREGARAM ANTES DO PRAZO, AGORA A ENTREGA DELES, DA MADEIRAMADEIRA, NÃO CONSEGUEM DESENROLAR, INFELIZMENTE CHEGAMOS AO PONTO DE RECLAMAR NO RECLAME AQUI PELA FALTA DE COMPROMETIMENTO E RESPEITO

3. https://www.reclameaqui.com.br/madeiramadeira/cancelamento-falta-de-atendimento_2W9E-GL74rtof_2D/

CANCELAMENTO, FALTA DE ATENDIMENTO



MadeiraMadeira

📍 Guarulhos - SP ID: 120166113 📅 25/02/21 às 15h32 denunciar

[Outro problema](#) [Outro Tipo de produto/Serviço](#) [Móveis em Geral](#)

No último sábado (19.02.2021), DENTRO DO PRAZO DE ARREPENDIMENTO, encaminhei à Ecomprei, de quem comprei cadeiras de escritório por intermédio da Madeira Madeira (PEDIDO 15717425), a seguinte solicitação:

"Solicito o cancelamento da compra, sem retenção de valores, com devolução do valor integral pago, nos termos do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, exclusivamente em relação ao produto Cadeira Diretor Encosto Telado, Detalhes Horizontais, Pés Cromados - Preta - Ut5Hda7Pt Preto (8 unidades)."





4. https://www.reclameaqui.com.br/madeiramadeira/atraso-na-entrega-e-produto-errado-falta-de-atendimento_WEX_KG0EXtdMalEe/

Atraso na entrega e produto errado Falta de Atendimento



MadeiraMadeira

📍 São Paulo - SP ID: 120082579 📅 24/02/21 às 08h13 🚩 denunciar

Compra feita em novembro, atrasada 3 vezes, produto entregue errado. Sem acompanhamento de funcionario e tudo em um sistema automatico falta de retorno, atendimento frio, sem contato com a empresa apenas mensagens automaticas RETiraram o produto entregue errado e informaram que apenas final de março recebo minha compra feita em novembro. Uma falta de respeito com o consumidor. minha pior exeriencia nos ultimos anos

5. https://www.reclameaqui.com.br/madeiramadeira/falta-de-atendimento_mj0B3pjYx4M0Fni3/

Falta de Atendimento



MadeiraMadeira

📍 São Paulo - SP ID: 119825291 📅 18/02/21 às 14h11 🚩 denunciar

[Produto com peças faltando](#) [Móveis](#) [Móveis em Geral](#)

Comprei o Movele que foi entregue com peças faltando é só foram identificadas no ato da montagem. Tentei contato com a MadeiraMadeira para solucionar o problema, mas seu site não apresenta opções de reclamar sobre peças faltando, sequer um canal que possamos explicar o problema. Além disso, ao tentar registrar uma reclamação, o site não completa a solicitação informando erro que não existe. Além de tudo isso, o manual especifica peças que não vieram, ou foram enviadas de forma errada com maior quantidade de furos e etc, que impossibilita a montagem por outras pessoas. Preciso de um montador com experiência nesse produto e que as peças corretas e complementares sejam enviadas. Tentei inúmeras vezes ontem e hoje, mas a empresa não se preocupa com o problema que gera para seus clientes.

Em que pese a eventual superveniência de solução, pela empresa ré, de alguns dos problemas relatados nas reclamações aqui





transcritas, não se pode fechar os olhos para a causa da significativa quantidade de reclamações, isto é, a patente ineficiência do canal de atendimento via chat, agravando sobremaneira a insatisfação dos consumidores, pura e simplesmente porque a mesma se recusa a adequá-lo em conformidade com a legislação consumerista.

Por outro lado, releva destacar que o número de reclamações não reflete a dimensão do dano coletivo que a má prestação do serviço causa, pois, até mesmo diante do dano individual de menor monta, o número de usuários que preferem não optar pela solução, seja litigiosa ou consensual, superará em muito aqueles que efetivamente decidiram paralisar suas vidas para se dedicar à tarefa de exigir respeito aos seus direitos enquanto consumidores, considerando ainda a sede constitucional da tutela consumerista (art. 5º, XXXII e art. 170, V, Constituição da República).

Tal circunstância ilustra a gravidade do defeito na prestação do serviço, incapaz de lidar com a demanda que lhe é dirigida, de modo a resolvê-la sem maior esforço.

O que se percebe é que o número de reclamações em face da ré sobre o mesmo tema, o funcionamento do seu SAC, é bastante expressivo e vem aumentando com o decorrer do tempo, demonstrando que, ao revés do que se legitimamente espera, cada vez mais o serviço vem sendo prestado de maneira desidiosa e inadequada.

O canal de comunicação e o sistema de atendimento ao consumidor oferecidos pela ré ao mercado de consumo, conforme se constata da investigação ministerial, são de péssima qualidade, não se coadunando com o regramento legal aplicável à matéria, fazendo-se necessária a propositura da presente demanda a fim de pôr termo à situação de desrespeito aos direitos do consumidor coletivamente considerados e compelir a ré a aperfeiçoar a prestação do serviço.





d) DOS DANOS MATERIAIS E MORAIS CAUSADOS AOS CONSUMIDORES CONSIDERADOS INDIVIDUALMENTE

Fica claro, após todo o exposto, que a conduta da ré tem potencial para gerar danos materiais e morais aos consumidores individualmente considerados, sendo certo que, para que haja condenação indenizatória, não é necessário que o autor da ação civil pública demonstre a ocorrência dos prejuízos individualmente sofridos pelos consumidores.

Em sede de ação civil pública, deve a ré ser condenada ao ressarcimento dos consumidores, vez que o CDC expressamente prevê que, na ação coletiva visando a responsabilidade civil por danos causados aos consumidores individualmente considerados, deve ser prolatada sentença genérica, *verbis*:

Art. 91. Os legitimados de que trata o art. 82 poderão propor, em nome próprio e no interesse das vítimas ou seus sucessores, ação civil coletiva de responsabilidade pelos danos individualmente sofridos, de acordo com o disposto nos artigos seguintes.

Art. 95. Em caso de procedência do pedido, a condenação será genérica, fixando a responsabilidade do réu pelos danos causados.

A comprovação do prejuízo individual deve ser realizada em fase de liquidação de sentença, conforme previsto no art. 97 do Código de Defesa do Consumidor:





Art. 97. A liquidação e a execução de sentença poderão ser promovidas pela vítima e seus sucessores, assim como pelos legitimados de que trata o art. 82.

Conclui-se que o diploma consumerista exige que o autor da ação civil pública demonstre apenas a potencialidade lesiva da conduta perpetrada pela ré e, no caso em tela, inegável a possibilidade de sofrimento de prejuízos de ordem moral e material, por parte dos consumidores em decorrência da irregularidade que constitui a causa de pedir da presente ação.

Verifica-se, assim, que restou demonstrada a potencialidade lesiva da conduta perpetrada pela demandada, devendo a comprovação do prejuízo individual ser realizada na fase de liquidação de sentença, na forma do art. 97 do Código de Defesa do Consumidor.

e) DOS DANOS MORAIS E MATERIAIS CAUSADOS AOS CONSUMIDORES CONSIDERADOS DE FORMA COLETIVA

Em face das irregularidades narradas na presente, deve a ré ser condenada, ainda, a ressarcir da forma mais ampla possível os consumidores, coletivamente considerados, pela violação ao Código de Defesa do Consumidor.

Em um primeiro momento, é importante frisar a consagração constitucional da tese da reparação integral da ofensa moral, conferindo os incisos V e X, do art. 5º, da Constituição Federal, proteção aos bens imateriais do indivíduo.

Conforme preleciona André de Carvalho Ramos, “*com a aceitação da reparabilidade do dano moral em face de entes diversos das pessoas físicas, verifica-se a possibilidade de sua extensão ao campo dos*





chamados interesses difusos e coletivos”⁴. Isto porque a dignidade da pessoa humana ultrapassa os limites da individualidade, conforme observa Ingo Wolfgang Sarlet:

*Pelo fato de a dignidade da pessoa encontrar-se ligada à condição humana de cada indivíduo, não há como descartar uma necessária dimensão comunitária (ou social) desta mesma dignidade de cada pessoa e de todas as outras pessoas, justamente por serem todos iguais em dignidade e direitos (na iluminada fórmula da Declaração Universal de 1948) e pela circunstância de nesta condição conviveram em determinada comunidade ou grupo. O próprio Kant – ao menos assim nos parece – sempre afirmou (ou, pelo menos, sugeriu) o caráter intersubjetivo e relacional da dignidade da pessoa humana, sublinhando inclusive a existência de um dever de respeito no âmbito da comunidade dos seres humanos.*⁵

Assim, o dano moral coletivo advém do alargamento do conceito de dano moral, na medida em que a coletividade (ou um grupo de pessoas) seria uma singularidade de valores individuais que também reclama proteção jurídica. A responsabilidade civil passa, então, por um processo de despersonalização e desindividualização, face às novas situações subjetivas, justificando, dentre outras situações, a prevenção e reparação dos danos morais coletivos.

A previsão do dano moral coletivo é encontrada expressamente no nosso ordenamento jurídico no art. 1º da Lei nº. 7.347/85:

⁴ RAMOS, André de Carvalho. Ação Civil Pública e o Dano Moral Coletivo. Revista de Direito do Consumidor nº 25. São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 80-98, jan.-mar. 1998.

⁵ SARLET, Ingo Wolfgang. Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais. 4 ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2006. P. 52.





*Art. 1º Regem-se pelas disposições desta lei, sem prejuízo da ação popular, as **ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais** causados: I – ao meio ambiente; II – ao consumidor; III – a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico; IV – a **qualquer outro interesse difuso ou coletivo**; V – por infração da ordem econômica e da economia popular; VI – à ordem urbanística. (grifo nosso)*

No mesmo sentido, também o art. 6º, incisos VI e VII do CDC:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

VI - a efetiva proteção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII – o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

Depreende-se da leitura do inciso VI que a efetiva proteção dos direitos do consumidor pressupõe a possibilidade reparação de danos morais decorrentes de violação de seus direitos, sejam eles considerados individual ou coletivamente. Nas palavras de Leonardo Roscoe Bessa, em artigo dedicado especificamente ao tema,

(...) além de condenação pelos danos materiais causados ao meio ambiente, consumidor ou a qualquer outro interesse difuso ou coletivo, destacou, a nova redação do art. 1º, a responsabilidade por dano moral em decorrência de violação de tais direitos, tudo com o propósito de conferir-lhes proteção diferenciada⁶ (grifo nosso)

⁶ BESSA, Leonardo Roscoe. Dano moral coletivo. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.





Trata-se de uma nova gama de direitos, difusos e coletivos, necessitando-se, pois, de uma nova forma de tutela. E essa nova proteção, com base no art. 5º, inciso XXXV, da Constituição da República, se manifesta, sobretudo, no aspecto preventivo da lesão.

De acordo com o autor supracitado, a concepção do dano moral coletivo não pode mais estar presa ao modelo teórico da responsabilidade civil privada, de relações intersubjetivas unipessoais, pois que,

(...) em face da exagerada simplicidade com que o tema foi tratado legalmente, a par da ausência de modelo teórico próprio e sedimentado para atender aos conflitos transindividuais, faz-se necessário construir soluções que não se utilizar, a um só tempo, de algumas noções extraídas da responsabilidade civil, bem como de perspectiva própria do direito penal⁷ (grifo nosso)

Bittar Filho acrescenta que “o dano moral coletivo é o injusto prejuízo da esfera moral de uma determinada comunidade ou, em outras palavras, é a violação ilegal de um certo círculo de valores coletivos”⁸.

Além disso, Hugo Mazzilli, dirigindo-se aos críticos, afirma que:

Por um lado, os danos coletivos não são senão uma coleção de danos individuais; por outro lado, mesmo naqueles que se recusam a reconhecer a soma dos danos individuais como a essência do conceito coletivo de danos morais, deve lembrar que a responsabilidade civil contemporânea prescreve uma função punitiva,

⁷ Leonardo Roscoe. Dano moral coletivo. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006

⁸ BITTAR FILHO, Carlos Alberto. Do Dano Moral Coletivo no Atual Contexto Jurídico Brasileiro. Revisto de Direito do Consumidor, vol. 112 (1994). Pág. 55.





*concedendo um caráter extrapatrimonial aos danos morais coletivos.*⁹

Finalmente, Fredie Didier Júnior e Hermes Zaneti Júnior também admitiram a condenação para pagar danos morais coletivos, *“impondo uma sanção que simultaneamente representa repreensão, compensação e que expressa a gramática coexistencial da sociedade contemporânea, com caráter principalmente pedagógico”*.¹⁰

A par dessas premissas, vemos que a função do dano moral coletivo é homenagear os princípios da prevenção e precaução, com o intuito de propiciar uma tutela mais efetiva aos direitos difusos e coletivos, como no caso em tela.

Por isso, são cogentes meios idôneos a punir o comportamento que ofenda (ou ameace) direitos transindividuais. A “pena” funciona como reparação à sociedade, visando restaurar o nível social de tranquilidade diminuída pelo ato ilícito, conforme ensina Antônio Junqueira de Azevedo¹¹. A função punitiva volta-se a desestimular as condutas antijurídicas, tendo em vista a gravidade e a extensão do dano moral coletivo.

Menciona, inclusive, Leonardo Roscoe Bessa que *“como reforço de argumento para conclusão relativa ao caráter punitivo do dano moral coletivo, é importante ressaltar a aceitação da sua função punitiva até mesmo nas relações privadas individuais”*¹².

⁹ MAZZILLI, Hugo Nigro. A defesa dos interesses difusos em juízo. 28ª edição. Ed. Saraiva. 2015. Págs, 169-171.

¹⁰ DIDIER JÚNIOR, Fredie. Processo Coletivo. 4ª edição. Ed. Jus Podivm. 2009. Pág. 295-296.

¹¹ AZEVEDO, Antonio Junqueira de. Por uma nova categoria de dano na responsabilidade civil: o dano social. Revista Trimestral de Direito Civil. Rio de Janeiro, v. 19, 211-218, jul./set. 2004.

¹² Dano moral coletivo. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.





Ou seja, o caráter punitivo do dano moral sempre esteve presente, até mesmo nas relações de cunho privado e intersubjetivas. É o que se vislumbra da fixação de *astreintes* e de cláusula penal compensatória, a qual tem o objetivo de pré-liquidação das perdas e danos e de coerção ao cumprimento da obrigação.

Ademais, a função punitiva do dano moral individual é amplamente aceita na doutrina e na jurisprudência. Tem-se, portanto, um caráter dúplice do dano moral: indenizatório e punitivo.

E o mesmo se aplica, nessa esteira, ao dano moral coletivo.

Em resumo, mais uma vez se utilizando do brilhante artigo produzido por Leonardo Roscoe Bessa, *“a dor psíquica ou, de modo mais genérico, a afetação da integridade psicofísica da pessoa ou da coletividade não é pressuposto para caracterização do dano moral coletivo. Não há que se falar nem mesmo em “sentimento de despreço e de perda de valores essenciais que afetam negativamente toda uma coletividade” (André Carvalho Ramos) “diminuição da estima, infligidos e apreendidos em dimensão coletiva” ou “modificação desvaliosa do espírito coletivo” (Xisto Tiago). Embora a afetação negativa do estado anímico (individual ou coletivo) possa ocorrer, em face das mais diversos meios de ofensa a direitos difusos e coletivos, a configuração do denominado dano moral coletivo é absolutamente independente desse pressuposto”*¹³.

Constitui-se, portanto, o dano moral coletivo de uma função punitiva em virtude da violação de direitos difusos e coletivos, sendo devidos, de forma clara, no caso em apreço.

¹³ Dano moral coletivo. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006





A irregularidade perpetrada pela ré, conforme visto, viola o Código de Defesa do Consumidor. É necessário, pois, que o ordenamento jurídico crie sanções a essa atitude, a par da cessação da prática, sendo esta a função do dano moral coletivo.

Nesse sentido, a recente jurisprudência do STJ reconhecendo o cabimento do dano moral coletivo:

RECURSO ESPECIAL. CONSUMIDOR. TEMPO DE ATENDIMENTO PRESENCIAL EM AGÊNCIAS BANCÁRIAS. DEVER DE QUALIDADE, SEGURANÇA, DURABILIDADE E DESEMPENHO. AR. 4º, II, “D”, DO CDC. FUNÇÃO SOCIAL DA ATIVIDADE PRODUTIVA. MÁXIMO APROVEITAMENTO DOS RECURSOS PRODUTIVOS. TEORIA DO DESVIO PRODUTIVO DO CONSUMIDOR. DANO MORAL COLETIVO. OFENSA INJUSTA E INTOLERÁVEL. VALORES ESSENCIAIS DA SOCIEDADE. FUNÇÕES PUNITIVA, REPRESSIVA E REDISTRIBUTIVA.

1. Cuida-se de coletiva de consumo, por meio da qual a recorrente requereu a condenação do recorrido ao cumprimento das regras de atendimento presencial em suas agências bancárias relacionadas ao tempo máximo de espera em filas, à disponibilização de sanitários e ao oferecimento de assentos a pessoas com dificuldades de locomoção, além da compensação dos danos morais coletivos causados pelo não cumprimento das referidas obrigações.

2. Recurso especial interposto em: 23/03/2016; conclusos ao gabinete em: 11/04/2017, julgamento: CPC/73.

3. O propósito recursal é determinar se o descumprimento de normas municipais e federais que estabelecem parâmetros para a adequada prestação do serviço de atendimento presencial em agências bancárias é capaz de configurar dano moral de natureza coletiva.





4. O dano moral coletivo é espécie autônoma de dano que está relacionada à integralidade psico-física da coletividade, bem de natureza estritamente transindividual e que, portanto, não se identifica com aqueles tradicionais atributos da pessoa humana (dor, sofrimento ou abalo psíquico), amparados pelos danos morais individuais.

5. O dano moral coletivo não se confunde com o somatório das lesões extrapatrimoniais singulares, por isso não se submete ao princípio da reparação integral (art. 944, caput, do CC/02), cumprindo, ademais, funções específicas.

6. No dano moral coletivo, a função punitiva – sancionamento exemplar ao ofensor – é, aliada ao caráter preventivo – de inibição de reiteração da prática ilícita – e ao princípio da vedação do enriquecimento ilícito do agente, a fim de que o eventual proveito patrimonial obtido com a prática do ato irregular seja revertido em favor da sociedade.

7. O dever de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho, que é atribuído aos fornecedores de produtos e serviços pelo art. 4º, II, d, do CDC, tem um conteúdo coletivo implícito, uma função social, relacionada à otimização e ao máximo aproveitamento dos recursos produtivos disponíveis na sociedade, entre eles, o tempo.

8. O desrespeito voluntário das garantias legais, com o nítido intuito de otimizar o lucro em prejuízo da qualidade do serviço, revela ofensa aos deveres anexos ao princípio da boa-fé objetiva e configura lesão injusta e intolerável à função social da atividade produtiva e à proteção do tempo útil do consumidor.

9. Na hipótese concreta, a instituição financeira recorrida optou por não adequar seu serviço aos padrões de qualidade previstos em lei municipal e federal, impondo à sociedade o desperdício de tempo útil e acarretando





violação injusta e intolerável ao interesse social de máximo aproveitamento dos recursos produtivos, o que suficiente para a configuração do dano moral coletivo.

10. Recurso especial provido. (STJ – REsp. 1.737.412/SE 2017/0067071-8, Rel. Min. NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 05/02/2019, T3 – TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 08/02/2019) (grifo nosso)

f) DOS REQUISITOS PARA O DEFERIMENTO DA TUTELA PROVISÓRIA DE URGÊNCIA ANTECIPADA:

O *fumus boni iuris* se encontra configurado pela demonstração de lesão ao direito dos consumidores, consistente na inobservância do prazo de entrega dos produtos e na ineficiência do atendimento ao consumidor por meio eletrônico (atendimento via chat), gerando prejuízo aos consumidores.

O *periculum in mora* se prende à patente falha na prestação do serviço da ré. É sabido que o julgamento definitivo da pretensão só pode ocorrer depois de percorrido o regular caminho procedimental, que consome vários meses e até mesmo anos.

Ocorre que, nesse intermédio, outros consumidores serão lesados pela conduta abusiva perpetrada pela demandada, que descumpre o prazo de entrega por ela fixado e não fornece um canal de atendimento eficiente aos clientes. A situação ainda é mais grave quando se sabe que a questão atinge uma quantidade significativa de consumidores, que têm dificuldade de fazer valer os seus direitos.

IV) DOS PEDIDOS:





a) DA TUTELA PROVISÓRIA DE URGÊNCIA ANTECIPADA

Ante o exposto o MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO *requer*, **LIMINARMENTE E SEM A OITIVA DA PARTE CONTRÁRIA**, que seja determinado *initio litis* que a ré, no prazo de 72 horas: (i) ofereça serviço de atendimento ao cliente adequado, através de chat, e-mail e número telefônico gratuito aos consumidores que adquirirem produto através do site www.madeiramadeira.com.br, sob pena de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), corrigidos monetariamente; (ii) estabeleça prazo preciso para a entrega de produto adquirido no site www.madeiramadeira.com.br, com o seu efetivo cumprimento, sob pena de multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por ocorrência/infração ou notícia de descumprimento, corrigidos monetariamente.

b) DA TUTELA DEFINITIVA

Requer ainda o Ministério Público:

- a) que, após apreciado liminarmente e deferido, seja confirmado o pleito formulado em caráter liminar;
- b) que seja a ré condenada, em definitivo, à obrigação de fazer consistente em oferecer serviço de atendimento ao cliente adequado, através de chat, e-mail e número telefônico gratuito aos consumidores que adquirirem produto através do site www.madeiramadeira.com.br, sob pena de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), corrigidos monetariamente;
- c) que seja a ré condenada, em definitivo, à obrigação de fazer consistente em estabelecer prazo preciso para a entrega de produto adquirido no site www.madeiramadeira.com.br, com o seu efetivo cumprimento, sob pena de multa de R\$ 10.000,00





(dez mil reais) por ocorrência/infração ou notícia de descumprimento, corrigidos monetariamente;

- d) Que seja a ré condenada na obrigação de publicar em seu site www.madeiramadeira.com.br, às suas custas, em tamanho mínimo de 20cm x 20cm, a parte dispositiva da sentença de procedência, para que os consumidores dela tomem ciência, oportunizando, assim, a efetiva proteção dos direitos lesados
- e) que seja a ré condenada a indenizar, da forma mais ampla e completa possível, os danos materiais e morais de que tenham padecido os consumidores, individualmente considerados, em virtude dos fatos narrados, a ser apurado em liquidação;
- f) a condenação da ré a reparar os danos materiais e morais causados aos consumidores, considerados em sentido coletivo, no valor mínimo de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), cujo valor reverterá ao Fundo de Reconstituição de Bens Lesados, mencionado no art. 13 da Lei nº 7.347/85;
- g) a publicação do edital ao qual se refere o art. 94, do CDC;
- h) a citação da ré para que, querendo, apresentem contestação, sob pena de revelia;
- i) que seja condenada a ré ao pagamento dos ônus da sucumbência, incluindo os *honorários advocatícios*.

Nos termos do art. 334, §5º do Código de Processo Civil, o autor desde já manifesta, pela natureza do litígio, desinteresse em autocomposição.





Protesta, ainda, o Ministério Público, pela produção de todas as provas em direito admissíveis, notadamente a documental, bem como depoimento pessoal, sob pena de confissão (art. 385, §1º, do Código de Processo Civil), sem prejuízo da inversão do ônus da prova previsto no art. 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor.

Dá-se à causa, por força do disposto no artigo 291 do Código de Processo Civil, o valor de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

Rio de Janeiro, 10 de março de 2021.

GUILHERME MAGALHÃES MARTINS
Promotor de Justiça

