



**EXMO. SR. DR. JUIZ DE DIREITO DA VARA EMPRESARIAL DA COMARCADA  
CAPITAL DO RIO DE JANEIRO**

Ref.: Inquérito Civil nº 211/20

**O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO**, no uso de suas atribuições legais, por meio da presente e do Promotor de Justiça subscrito, vem propor

**ACÇÃO CIVIL PÚBLICA**  
*com pedido liminar*

em face da empresa **MASTERCASA MÓVEIS E DECORAÇÕES EIRELI ( TOQUE A CAMPAINHA)**, inscrita no CNPJ sob o nº 10.523.760 /0001-37, sociedade limitada com sede na Rua São José dos Reis, nº 2.001, Inhaúma/RJ, CEP: 20.770-050, pelas razões de fato e de direito que passa a expor

**PRELIMINARMENTE**

O MINISTÉRIO PÚBLICO possui legitimidade para a propositura de ações em defesa dos direitos transindividuais dos consumidores, *ex vi* do art. 81, parágrafo único, II e III c/c art. 82, I da lei n.º 8.078/90. Ainda mais em hipóteses como a vertente, em que o número de lesados é extremamente expressivo e se encontra disperso, dificultando a defesa dos respectivos direitos individuais.



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

Neste sentido, podem ser citados vários acórdãos do E. Superior Tribunal de Justiça, entre os quais:

*“PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO COLETIVA. DIREITOS COLETIVOS, INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS E DIFUSOS. MINISTÉRIO PÚBLICO. LEGITIMIDADE. JURISPRUDÊNCIA. AGRAVO DESPROVIDO. O Ministério Público é parte legítima para ajuizar ação coletiva de proteção ao consumidor, inclusive para tutela de interesses e direitos coletivos e individuais homogêneos. (AGA 2523686/SP, 4ª Turma, DJ 05/06/2000, pág. 176).”*

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 nº 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"* (grifei).

A Lei nº 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).

A Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) atribui ao Ministério Público legitimação para a defesa coletiva dos interesses ou direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos do consumidor, com fulcro no artigo 82, inciso I, c/c o artigo 81, parágrafo único, incisos I e II.

### DOS FATOS

Chegou ao conhecimento deste órgão ministerial reclamação do consumidor Bruno Gonçalves Santos na qual relata que teria realizado uma compra no estabelecimento comercial denominado "Toque a Campinha" e que, como o produto não lhe foi entregue, passados dois meses de atraso, teria solicitado o cancelamento da compra junto à empresa. Prossegue, informando que, apesar de passados mais de 20 dias da data do cancelamento, o ressarcimento ainda não teria sido realizado.

Em razão do fato acima, o Ministério Público iniciou uma investigação com a instauração do Inquérito Civil nº 211/20 a fim de apurar o ocorrido, tendo oficiado aos órgãos protetivos do consumidor.

Apesar de tais órgãos não terem encontrado nenhuma ou terem encontrado poucas reclamações em face da "Toque a Campinha", em consulta ao *site* privado ReclameAqui (<https://www.reclameaqui.com.br/empresa/toque-a-campinha/>), ao contrário, havia muitas reclamações de consumidores insatisfeitos, cujos motivos eram **a não entrega do produto no prazo pactuado**, objeto da investigação. Também, foram realizadas buscas no *site* do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro (TJRJ), sendo localizadas **294 (duzentas e noventa e quatro) ações judiciais propostas por consumidores em face da sociedade empresária ré.**



Assim, diante do número expressivo de reclamações, foi encaminhada minuta de Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta (fls. 84/86, do IC nº 211/20) a representantes da “Toque a Campainha” a fim de se firmar acordo para por fim às irregularidades em comento.

Foi, então, solicitada reunião pela ora ré, que se realizou, primeiramente, no dia **10 de novembro de 2020**, às 14 horas, através de videoconferência por meio da ferramenta de transmissão de imagem e som TEAMS, na forma prevista na Resolução GPGJ/CGMP nº 22/2020 e Recomendação nº 71 do CNMP. Na reunião, a ré fez as seguintes considerações – fls. 92 do IC nº 211/20:

- 1- a empresa trabalha com muitos fornecedores, que possuem prazos diversos de entrega e que vários estão com encomendas em atraso por conta da paralisação ocorrida em virtude da pandemia;
- 2- a maioria das compras efetuadas que estão com atraso na entrega foi realizada também no longo período de quarentena via internet;
- 3- que, nas atuais vendas realizadas nas lojas físicas, o consumidor já é informado que há maior prazo para a entrega dos móveis;
- 4- que, em relação às compras em atraso, a empresa está negociando com os consumidores, oferecendo a devolução do valor pago ou ofertando compensação com a entrega de outro(s) móvel(eis) como bônus, sem onerar o consumidor.

Ao final da reunião, o advogado da empresa se comprometeu a verificar o quantitativo das entregas atrasadas em virtude da pandemia para saber qual o prazo que poderá atender aos consumidores, bem como deixar no *site* da loja a informação de atraso e extensão dos prazos para entrega das mercadorias, com telefone específico para esse contato, solicitando, ainda, o prazo de 15 dias para manifestação sobre o TAC.

Em razão do que ficou decidido na reunião, a ré encaminhou resposta ao Ministério Público, informando, resumidamente, não ser possível firmar acordo, eis que o ali proposto



não seria possível de ser cumprido. Porém, alternativamente, pleiteou a diminuição da multa pecuniária estipulada no referido termo.

Em **25 de janeiro de 2021**, às 14 horas, foi realizada nova reunião com a “Toque a Campainha” na qual o advogado da empresa informou, inicialmente, ter realizado acordo com cerca de 30 de seus clientes para efetuar a devolução do dinheiro ou para estipular novo prazo para a entrega das mercadorias, bem como que estaria entrando em contato com outros consumidores para a mesma finalidade.

Quanto aos **888 (oitocentos e oitenta e oito) registros em aberto** para contato com os clientes, na petição de 02/12/20, fl.96v do IC, informou que esse era o número total em atraso efetivo e com datas próximas da entrega e outros que iriam atrasar, a saber: **542 pedidos em atraso relativos aos meses de setembro, outubro e novembro**, já eram de pedidos atrasados, e **346 eram de pedidos que já se antevia que iriam atrasar**.

No que se refere ao TAC, foram ajustada as cláusulas 1ª, quanto ao prazo de entrega de produto ou devolução de valores pagos e, a 2ª, quanto à fixação da multa diária de cinco mil reais (R\$5.000,00) quanto ao descumprimento do TAC. O advogado da empresa se comprometeu a levar a minuta apresentada em reunião, solicitando o prazo de 15 (quinze) dias para verificar quem a iria assinar.(fls. 207/211).

Passado o prazo acima citado, a ré em resposta:

- a) solicitou alteração do prazo de estorno ou reembolso dos valores para 20 (vinte) dias úteis, contados do envio dos dados bancários pelo consumidor;
- b) a troca para a solução dos problemas em até 60 (sessenta) dias, em relação aos casos pendentes até dezembro/2020, na medida em que, nos casos posteriores, já estão sendo adotadas as políticas negociadas no presente TAC;
- c) requereu que o TAC se restrinja à empresa Mastercasa, empresa denunciada e que deu início ao Inquérito Civil, origem do presente TAC.



Em **04 de agosto de 2021**, foi realizada nova reunião com a ré em que ficou, a princípio, acordado que, em razão da excepcionalidade da medida, a demandada teria o prazo de 20 (vinte) dias para efetivar o estorno e 60 (sessenta) dias para realizar as entregas em atraso, ficando alinhavado um novo encontro para se firmar o TAC proposto (doc. 016).

Nova reunião foi realizada em **25 de agosto de 2021**, na qual ficou acordado que a ré enviaria documentação relativa às mercadorias que ainda se encontravam pendentes de entrega para análise, bem como enviaria cópia dos pedidos feitos pelos consumidores onde constaria a estimativa de entrega dos produtos (doc.018).

Em razão das constantes informações prestadas pela ré, nas reuniões realizadas com o Ministério Público, de que os produtos comercializados não se encontram em estoque e que somente os que estão em mostruário têm a sua entrega imediata e que os prazos para entrega das mercadoria são em média de **45 (quarenta e cinco) dias úteis**, sendo tal fato informado ao consumidor em seu site, foi realizada simulação de compra na qual a informação prestada em reunião não coincide com a efetiva informação que consta no site da sociedade empresária, como se vê abaixo.



Leve por apenas:  
R\$ 2.090,99  
**R\$ 1.672,00**  
ou 12x de R\$ 139,33

20% OFF

Cores e tamanhos:

Armário Calive 03  
portas de correr

**COMPRAR**

Calcule o tempo e valor do Frete. | Formas de pagamento. | Regulamento de Montagem.

Digite o CEP de entrega no campo abaixo: **FECHAR**

20541-030 **OK**

Não sei meu CEP

Valor do frete	Prazo de entrega
Frete Grátis	Frete Normal, entrega em 7 dias úteis para o CEP 20541-030

Ressalte-se que a pesquisa completa se encontra nos autos do IC nº 211/20 que instrui a presente demanda. Porém, mais à frente teceremos mais detalhadamente as informações acima dispostas.

Também, foi retirada fotografia do banner que se encontrava em frente a uma das lojas da ré, localizada no bairro da Tijuca, em que a informação lá contida também não é compatível com as fornecidas nas várias reuniões realizadas com a demandada.





Diante do informado no banner acima, foi, ainda, solicitado ao Grupo de Apoio aos Promotores do Ministério Público que efetuasse diligência no local. Assim, no dia **23/09/21**, os agentes obtiveram as seguintes informações com a Sra. Marcelle Rodrigues Navega, subgerente da loja: que o prazo de entrega, a depender do produto, poderia ser de até cinco dias, porém, se for por encomenda, como por exemplo um móvel planejado, dependendo do fornecedor e do local da entrega, o prazo pode variar entre 45 e 70 dias corridos, sendo tais informações inseridas na nota fiscal para ciência do cliente e que a empresa não fabrica nenhum tipo de móvel, apenas os revenderia (doc. 031.1).

Ao longo da investigação, várias reclamações foram juntadas ao presente inquérito civil, todas acerca do descumprimento do prazo pela ora demandada, sendo, ainda, possível aferir que os consumidores, apesar de ingressarem com ações individuais e ganharem a causa, não vêm recebendo os valores aos quais restou a ora ré condenada a pagar, demonstrando a total falta de respeito não só para com o consumidor, mas também, para com o Poder Judiciário, como se verifica abaixo:

*“Sou advogado no processo n Processo No 0032233-60.2019.8.19.0202. **Minha cliente comprou um produto a vista e nunca recebeu, tampouco teve o valor devolvido, o que gerou o processo citado. ocorre que estamos há quase um ano na execução tentando receber os valores da condenação e sempre que há penhora online volta infrutífera, mesmo sendo a empresa líder no ramo e de nível nacional. nunca tem um real nas contas, e a penhora volta sem sucesso. em diligência ao site, constatei que o cnpj que a empresa usa é um e o cnpj que ela recebe os valores e pagamento é outro, nitida fraude a credores e consumidor e por isso todos os processos contra essa empresa, quando chegam na execução não tem sucesso, inclusive com judiciário aplicando multas por isso. o cnpj que está na página principal do site da empresa é um e o que recebe os pagamentos é outro, por isso os processos judiciais ao tentarem fazer a penhora não tem êxito, a empresa tem fraudadas execuções em todo estado e quicá país. solicito apuração pois há vários consumidores e credores a nível estadual e nacional sendo lesados***



*por essa ilicitude na prática de desvio de valores para frustrar a execução”. (grifos nossos)*

Frise-se que, apesar de a ré mencionar ter interesse em firmar Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta com o Ministério Público a fim de por cobro a tal irregularidade, nada foi efetivamente feito pela ré nesse sentido, sendo certo que as tratativas se iniciaram **ainda no ano de 2020** e até os dias atuais não há nenhuma posição concreta a respeito, não tendo a demandada nem se dado ao trabalho de enviar a Ata da reunião do dia **25/08/21** por ela até agora não assinada.

Tudo está a indicar que o intuito da ré era de apenas postergar a duração da investigação para não ser obrigada, através do dito acordo, a regularizar a entrega das mercadorias.

Ante tal quadro de total desrespeito a direitos consumeristas transindividuais, faz-se imperioso o ajuizamento da presente Ação Civil Pública.

## **DO DIREITO**

### **Da ilegalidade da conduta da ré**

Inequivoco que a ré, ao não entregar o bem adquirido em seu site ou em suas lojas físicas, obrigando o consumidor a entrar em contato inúmeras vezes com a empresa, que informa inúmeros prazos de entrega e descumpre todos, sem se vislumbrar qualquer solução efetiva para o problema, infringe com seu atuar renitente diversos dispositivos da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), merecendo, pois, a efetiva reparação e prevenção dos danos materiais e morais, coletivos e/ou individuais, daí advindos, conforme se demonstrará a seguir.

Assim, a ré, ao não cumprir com o prazo de entrega das mercadorias pactuado com o consumidor, atenta contra o princípio que estabelece o artigo 6º, inciso III, do CDC, que garante como direito básico do consumidor a informação clara e adequada sobre os diferentes



produtos e serviços, *in verbis*:

*“Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:*

*(...)*

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

Como se pode perceber da documentação que instrui a presente demanda, o direito à informação, à qual faz jus o consumidor, passa ao largo da ré, eis que nenhum dos prazos que com ele pactua são respeitados. Ora, o direito à informação é uma importante ferramenta de equilíbrio entre as partes na relação de consumo, por possibilitar ao consumidor realizar uma escolha consciente dos produtos ou serviços que lhe são oferecidos.

Vejamos algumas das reclamações que constam nos autos:

*“No dia 06/03/2021 fiz uma compra de um estofado na Toque a Campanha de Botafogo, e me deram um prazo de 45 dias para a entrega do produto. Ao chegar próximo do dia da entrega, me desfiz de meu estofado antigo, para abrir espaço para o novo, que deveria ter chegado no dia 21/04/2021. Como o produto não foi entregue dentro do prazo, entrei em contato com a vendedora na filial Botafogo, que me confirmou que haveria um atraso na entrega do produto, alegando que o prazo inicial da operação teria sofrido alteração, com prazo de entrada no estoque central da Toque a Campanha para o dia 07/05/2021, e que deveríamos aguardar um contato para agendar a entrega em um prazo futuro não determinado. Diante disso, fiz o pedido de estorno do valor pago, pois estou me sentindo prejudicado por não ter o produto, o que prejudica meu conforto e de minha família, o transtorno e tempo perdido em ter que ficar entrando em contato com a loja e não ter sequer uma resposta. A pedido da vendedora da filial Botafogo da Toque a Campanha, fiz um e-mail, requerendo o estorno. Segundo a mesma eu teria uma resposta da aprovação do estorno (?) pelo seu Gerente. Até o momento, dia 01/05/2021, não recebi nenhum contato de retorno da Loja Filial Botafogo, nem mesmo da vendedora, que passou a não mais atender às minhas ligações. Diante de todos esses fatos, entrei em contato com o SAC da Toque a Campanha, que me retornou um mensagem, no dia 23/04/2021 (sic), dizendo que havia uma solicitação de andamento em análise e que eu deveria aguardar. Desde então estou aguardando, sem nenhuma notícia do meu pedido de estorno e sem contato com a Loja. De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, a devolução do dinheiro,*



*com a devida correção monetária, está garantida. O artigo 35 do CDC é claro sobre isso. Se o fornecedor não cumprir o contratado, o consumidor pode, a sua livre escolha, exigir o cumprimento forçado da obrigação ou, como diz o inciso terceiro do artigo, rescindir o contrato com direito à restituição”.*

*“Prezados Senhores, sou uma cidadã muito honesta e cumpridora de meus deveres e obrigações, principalmente em relação à pagamentos. Fiz uma compra On Line na Loja Toque a Campanha de 02 Produtos, sendo uma Poltrona no valor de R\$940,50 e um Puff, no valor de R\$216,00, onde fiz o pagamento através de meu Cartão de Crédito, o que esta prática prevê a antecipação do valor total das mercadorias, no valor de R\$1.156,50 à empresa. Ocorre que a Toque a Campanha, somente e tão somente fez a empresa (sic) de somente 01 produto, no caso a Poltrona e agora, se recusa a me atender pelos telefones de Atendimento: 3296-9090 e ou (21) 97222-9371 SAC, onde todos os meus telefones de contatos, estão bloqueados para ninguém me atender, uma vez que no SAC da Toque a Campanha tem Bina. Já enviei e-mail, já enviei mensagens pelo WhatsApp, já fiz de tudo, e eles não me retornam para me darem uma satisfação de devolverem o valor do segundo produto que não entregaram. Não quero mais aguardar por problemas de reestruturação, conforme eles alegam, toda hora pedem mais 15 dias úteis e o tempo vai passando. Quero o valor de R\$216,00 depositados em minha conta bancária. Aguardo um breve retorno. Att. Claudia Azevedo Pedido nº v78363411-01 Fornecido e entregue por TOQUE A CAMPAINHA Tipo de entrega: Normal; PEDIDO REALIZADO ; PAGAMENTO CONFIRMADO ; PEDIDO FATURADO ; PEDIDO ENVIADO Poltrona Laiza I 1 Lugar, Assento e Encosto - 16- Belize 4747 A Bege, Corpo - 91 liso caramelo Prazo de Entrega até 24/06/2021 x R\$ 940,50 Itens R\$ 1.230,00 Descontos R\$ -73,50 Total R\$ 1.156,50”*

A própria demandada não refuta a existência desses atrasos, como se vê, por exemplo, do relatado na reunião realizada no dia **25/01/21**, ao confirmar a existência de **888 (oitocentos e oitenta e oito) registros em aberto, sendo que destes 346 (trezentos e quarenta e seis) seriam de pedidos que já se antevia que iriam atrasar.** Ou seja, a venda é realizada sem a mínima noção do prazo em que o produto será efetivamente entregue ao consumidor, o que é completamente absurdo e inadmissível.

Como se vê, a ré, prevalecendo-se da hipossuficiência do consumidor e de sua manifesta vulnerabilidade no mercado de consumo, adotou método comercial desleal ao não cumprir com o prazo de entrega do produto adquirido, bem como nem ao menos cumpriu os prazos subsequentes informados ao consumidor para solucionar a questão, em total discordância com o estabelecido no artigo 6º, inciso IV, do CDC, *in verbis*:



“Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

(...)

*IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;”*

A demandada deixou bem claro nas reuniões que fez com o Ministério Público que todos os produtos que comercializa no mercado de consumo, excluindo os do mostruário que podem ser levados imediatamente pelo consumidor no estado em que se encontram, não se têm em estoque e, por tal motivo, informaria em seu *site* que o prazo seria meramente estimado.

Contudo, em consulta ao *site* da “Toque a Campanha”, esta informação não é repassada aos consumidores, vez que ao entrar no item “Política de Entrega” nada é dito a respeito. Inclusive, chama a atenção do cliente para que confira sempre o prazo de entrega do pedido, colocado no carrinho de compras para saber o **PRAZO EXATO**. Vejamos:

## 2. Qual o prazo de entrega?

O prazo de entrega de cada produto pode variar em função da disponibilidade em estoque e da operação logística necessária para envio do mesmo. Para saber o prazo de entrega de um produto, digite o CEP no campo "Prazo de Entrega".

Produtos em estoque podem apresentar prazo de entrega menores, sendo necessário conferir de acordo com o CEP na página do produto ou na página "Meu carrinho", enquanto produtos com prazos maiores correspondem a itens de encomenda, que serão produzidos diretamente para determinado pedido.

O prazo de entrega é informado também na página "Meu Carrinho", no momento do fechamento do pedido. Ele é contado a partir da confirmação do pagamento pelo agente financeiro (administradora do cartão ou banco). Para pedidos com mais de um item e prazos de entrega diferentes, prevalecerá sempre o maior prazo.

Confira sempre o prazo de entrega do seu pedido no seu carrinho de compras para saber o prazo exato.



Como pode se ver do informe acima, constante de seu site de vendas, menciona uma inverdade, eis que alerta o incauto consumidor sobre prazos menores de entrega de produtos



em estoque, quando não possui nenhum produto em estoque, conforme o informado nas reuniões dos dias 04 e 25 de agosto do corrente ano. Como informar o que não existe?

Também foi informado na reunião do dia 25/08/21 que a demandada não teria como determinar uma data precisa para entregar o produto aos seus clientes, eis que também não teria conhecimento da data precisa da entrega do produto pelo fornecedor e, sim, de uma previsão da chegada desse em seu depósito. Ou seja, os prazos repassados para o consumidor no ato da venda, em verdade, são fictícios, eis que, diante do informado, nem a própria demandada saberia precisar quando a mercadoria chegaria em seu depósito, não a possuindo em estoque, o que reforça ser mendaz a informação acima citada.

Diante do acima exposto, a conclusão a que se chega é que, usando as próprias palavras da ré, seus prazos nunca serão respeitados, ficando, portanto, ao seu alvedrio realizar a entrega das mercadorias quando quiser. Cite-se, inclusive, que também não haveria como ser fixado pela demandada prazo para a entrega das mercadorias que se encontram há muito pendentes, vez que, como relatou, nem mesmo ela saberia precisar a chegada dessas em seu depósito.

Segundo o jurista português Carlos Ferreira Almeida, publicidade é *“toda a informação dirigida ao público com o objetivo de promover, directa ou indirectamente, uma atividade econômica”*<sup>1</sup>.

A ré, na hipótese apresentada nos presentes autos, realiza uma verdadeira publicidade enganosa comissiva, ou seja, que é decorrente de um informar positivo que não corresponde à realidade. Tal fato se dá justamente por ela afirmar em seu site que um determinado produto irá ser entregue em até tantos dias, sabendo de antemão que tal prazo raramente será por ela cumprido.

Ocorre que o artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor prevê que as informações acerca do produto ou serviço colocado no mercado pelo fornecedor o obrigam, passando as mesmas a integrar o contrato celebrado. Dessa forma, o não cumprimento do prazo da entrega

---

<sup>1</sup> “Conceito de publicidade”, in Boletim do Ministério da Justiça nº 349, outubro de 1985, p. 133.



do produto configura hipótese de **recusa de cumprimento à oferta**, sendo facultado ao consumidor exigir o seu cumprimento forçado ou rescindir o contrato, recebendo a restituição de quantia eventualmente despendida com a aquisição do produto, monetariamente atualizada, e indenização por eventuais danos sofridos, a teor do **artigo 35, caput, e incisos I e III da legislação consumerista, in verbis:**

*“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.*

*Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:*

*I – exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;*

*(...)*

*III – rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.” (Código de Defesa do Consumidor).*

### **Da inobservância do Princípio da Boa-fé.**

É previsto de forma explícita no inciso III do artigo 4º do CDC, *in verbis:*

*“Art. 4º. A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transferência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:*

*(...)*



*III – 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;”*

Conforme Paulo V. Jacobina em sua obra, “A Publicidade no Direito do Consumidor, Rio de Janeiro, Forense, 1996. pág. 66” “o certo é que as partes devem, mutuamente, **manter o mínimo de confiança e lealdade, durante todo o processo obrigacional**; o seu comportamento deve ser coerente com a intenção manifestada, evitando-se o elemento surpresa, tanto na fase de informação, quanto na de execução, e até mesmo na fase posterior, que se pode chamar de fase de garantia e reposição. É nesse sentido que o princípio da boa-fé foi positivado pelo CDC, no inciso III do art. 4º, e é nesse sentido que a lei fala em *harmonização de interesses e equilíbrio nas relações entre fornecedores e consumidores*”. (grifo nosso)

Ora, por certo que esta lealdade e confiança manifestada no princípio acima exposto não é respeitada pela ré, visto que descumprir os prazos informados ao consumidor. É fato que, ao assim agir, violou direito básico do consumidor, consubstanciado no art. 6º, IV da lei n.º 8.078/90, eis que garantida lhe está a proteção contra métodos coercitivos e desleais, assim como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços, além de outras garantias, conforme acima já manifestado.

### **Dos danos morais coletivos sob o enfoque da teoria do desestímulo**

Tem sido frequente que fornecedores se aproveitem da ausência de norma expressa para violarem normas-princípios e desvirtuarem a função social da relação de consumo.

Sucedem que não há mecanismos para prevenir ou evitar tais comportamentos.



Por essa razão, a doutrina e a jurisprudência vêm admitindo a influência de uma teoria nascida nos EUA, denominada *punitive damage*, aqui traduzida em teoria que consiste em uma preocupação não somente em compensar a vítima, mas sim, atuar de maneira a evitar a reincidência pela empresa, desestimulando o ofensor.

Trata-se da função social do dano moral.

Denominada por muitos de teoria pedagógica ou punitiva da responsabilidade civil (teoria do desestímulo) sugere, especialmente em ilícitos graves ou reincidentes, como no caso em tela, a fixação de uma verba punitiva direcionada a fundos ou entidades beneficentes.

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.*”

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 vem sendo 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 desapreço e de perda de valores essenciais que afetam negativamente toda uma coletividade” (André Carvalho Ramos)*



“diminuição da estima, inflingidos 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 dos mais diversos meios de ofensa a direitos difusos e coletivos, a configuração do denominado dano moral coletivo é absolutamente independente desse pressuposto”.

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

O *punitive damage* vem sendo gradativamente aplicado no ordenamento pátrio a exemplo do Enunciado 379 da IV Jornada de Direito Civil e do Resp 965500/ES:

*“E.379 Art. 944 - O art. 944, caput, do Código Civil não afasta a possibilidade de se reconhecer a função punitiva ou pedagógica da responsabilidade civil”. (grifo nosso).*

*“ADMINISTRATIVO. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO MOVIDA EM RAZÃO DE ACIDENTE AUTOMOBILÍSTICO CAUSADO POR 'BURACO' EM RODOVIA EM MAU ESTADO DE CONSERVAÇÃO. RESPONSABILIDADE DO ESTADO APURADA E RECONHECIDA, PELA SENTENÇA E PELO ACÓRDÃO, A PARTIR DE FARTO E ROBUSTO MATERIAL PROBATÓRIO. CONDENAÇÃO DO ESTADO AO PAGAMENTO DE PENSIONAMENTO VITALÍCIO E DANOS MORAIS. ALEGADA EXORBITÂNCIA DO VALOR INDENIZATÓRIO (DE R\$ 30.000,00) E DE HONORÁRIOS (R\$ 5.000,00).*

*DESCABIMENTO. APLICAÇÃO DO ÓBICE INSCRITO NA SÚMULA 7/STJ.MANIFESTA LEGITIMIDADE PASSIVA DO ESTADO, ORA RECORRENTE. RECURSO ESPECIAL NÃO-CONHECIDO.*

*1. Trata-se de recurso especial (fls. 626/634) interposto pelo Estado do Espírito Santo em autos de ação indenizatória de responsabilidade civil e de danos morais,*



*com fulcro no art. 105, III, "a", do permissivo constitucional, contra acórdão prolatado pelo Tribunal Justiça do Estado do Espírito Santo que, em síntese, condenou o Estado recorrente ao pagamento de danos morais e pensão vitalícia à parte ora recorrida.*

*2. Conforme registram os autos, diversos familiares do autor, inclusive sua filha e esposa, faleceram em razão de acidente automobilístico causado, consoante se constatou na instrução processual, pelo mau estado de conservação da rodovia em que trafegavam, na qual um buraco de grande proporção levou ao acidente fatal ora referido. Essa evidência está consignada na sentença, que de forma minudente realizou exemplar análise das provas coligidas, notadamente do laudo pericial*

*3. Em recurso especial duas questões centrais são alegadas pelo Estado do Espírito Santo: a - exorbitância do valor fixado a título de danos morais, estabelecido em R\$ 30.000,00; b - inadequação do valor determinado para os honorários (R\$ 5.000,00).*

*4. Todavia, no que se refere à adequação da importância indenizatória indicada, de R\$ 30.000,00, uma vez que não se caracteriza como ínfima ou exorbitante, refoge por completo à discussão no âmbito do recurso especial, ante o óbice inscrito na Súmula 7/STJ, que impede a simples revisão de prova já apreciada pela instância a quo, que assim dispôs: O valor fixado pra o dano moral está dentro dos parâmetros legais, pois há equidade e razoabilidade no quantum fixado. A boa doutrina vem conferindo a esse valor um caráter dúplice, tanto punitivo do agente quanto compensatório em relação à vítima.*

*(...)*

*7. Recurso especial conhecido em parte e não-provido”.*

*(REsp 965500/ES, Rel. Ministro JOSÉ DELGADO, PRIMEIRA TURMA, julgado em 18/12/2007, DJ 25/02/2008 p. 1) (grifo nosso).*

Inclusive, o STJ vem demonstrando a adoção dessa teoria, como se pode notar de seu julgado sobre o tema, **REsp 1.057.274-RS**:

**“DANO MORAL COLETIVO. PASSE LIVRE. IDOSO.**



*A concessionária do serviço de transporte público (recorrida) pretendia condicionar a utilização do benefício do acesso gratuito ao transporte coletivo (passe livre) ao prévio cadastramento dos idosos junto a ela, apesar de o art. 38 do Estatuto do Idoso ser expresso ao exigir apenas a apresentação de documento de identidade. Vem daí a ação civil pública que, entre outros pedidos, pleiteava a indenização do dano moral coletivo decorrente desse fato. Quanto ao tema, é certo que este Superior Tribunal tem precedentes no sentido de afastar a possibilidade de configurar-se tal dano à coletividade, ao restringi-lo às pessoas físicas individualmente consideradas, que seriam as únicas capazes de sofrer a dor e o abalo moral necessários à caracterização daquele dano. Porém, essa posição não pode mais ser aceita, pois o dano extrapatrimonial coletivo prescinde da prova da dor, sentimento ou abalo psicológico sofridos pelos indivíduos. Como transindividual, manifesta-se no prejuízo à imagem e moral coletivas e sua averiguação deve pautar-se nas características próprias aos interesses difusos e coletivos. Dessarte, o dano moral coletivo pode ser examinado e mensurado. Diante disso, a Turma deu parcial provimento ao recurso do MP estadual”. REsp 1.057.274-RS, Rel. Min. Eliana Calmon, julgado em 1º/12/2009. (grifo nosso)*

**Do ressarcimento pelos danos causados aos consumidores individualmente considerados – princípio do máximo benefício da tutela jurisdicional coletiva**

Por outro lado, o ato perpetrado pela ré também causa danos que atingem a esfera individual dos consumidores.

Ora, a ré Toque a Campanhia tem o dever de prestar informações claras sobre as datas em que, de fato, serão entregues os produtos que comercializa em seus sites e/ou lojas físicas. Havendo uma falha da prestação do serviço, surge o dever de indenizar, conforme dispõe o art. 6º, VI da lei nº 8.078/90, *verbis*:

“Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

(...)



*VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;”*

Neste sentido:

*APELAÇÃO CÍVEL, AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. EMPRÉSTIMO NÃO PACTUADO. DESCONTO INDEVIDO DAS PARCELAS EFETUADO DIRETAMENTE NO BENEFÍCIO PREVIDENCIÁRIO PERCEBIDO PELA AUTORA, DÍVIDA INEXISTENTE, NEGLIGÊNCIA DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. DEVER DE INDENIZAR CARACTERIZADO. DANOS MORAIS PRESUMIDOS. PLEITO DE MINORAÇÃO DO QUANTUM ARBITRADO A TÍTULO DE DANOS MORAIS. VALOR ADEQUADO AO GRAU DE CULPA DA APELANTE. PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E DA PROPORCIONALIDADE OBSERVADOS. SENTENÇA MANTIDA. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. Configura dano moral presumido, passível de indenização, a atitude negligente da instituição financeira que desconta do benefício previdenciário percebido pela autora, parcela referente a empréstimo que esta não contratou. “Comete ilícito, passível de indenização por dano moral, estabelecimento bancário que desconta do benefício previdenciário do autor, parcela referente a empréstimo consignado não contratado pelo consumidor. Mantém-se o valor dos danos morais arbitrados, quando em consonância com à posição econômica e social das partes, à gravidade de sua culpa e às repercussões da ofensa, desde que respeitada a essência moral do direito”. (AP. 2007.025411-6, de Lages, rel Monteiro Rocha, Quarta Câmara de Direito Civil, 31/10/2008) O quantum indenizatório arbitrado deve traduzir-se em montante que, por um lado, sirva de lenitivo ao dano moral sofrido, sem importar em enriquecimento sem causa do ofendido; e, por outro lado, represente advertência ao ofensor e à sociedade de que não se aceita a conduta assumida, ou a lesão dela proveniente. (TJSP – 415765SC 2009.041576-5, Relator: Carlos Adilson Silva, Data do julgamento: 08/10/2010, Quarta Câmara de Direito Civil, Data da Publicação: Apelação Cível: 2009.041576-5, de Blumenau).*



Frise-se que, diante do número de pessoas lesadas, caracterizada está a homogeneidade necessária para a liquidação do art. 97 da Lei nº 8.078/90.

Os direitos tutelados no processo coletivo têm natureza de interesse público primário. Significa que são direitos cujos titulares são a coletividade.

Nessa esteira, a conduta perpetrada pela ré tem, no âmbito dos direitos coletivos *lato sensu*, características *sui generis*, ao passo que viola direitos difusos e individuais homogêneos no mesmo espaço de tempo. Estes são caracterizados por prejuízos individualmente sofridos e que deverão ser analisados em cada caso concreto.

Exatamente por isso, o art. 103, § 3º do CDC trouxe o instituto do transporte *in utilibus secundum eventum litis* da coisa julgada coletiva.

Para a materialização do princípio do máximo benefício, a ré deve, no bojo da ação civil pública, ser condenada a indenizar as vítimas pelos danos provocados.

Não se pode negar que os efeitos de eventual sentença condenatória em ação civil pública são *ultra partes*, alcançando os consumidores titulares do eventual direito violado, sobretudo, tendo em vista a essencialidade do serviço prestado.

Por essa razão, em sede de ação civil pública, deverá a ré ser condenada ao ressarcimento desses consumidores, ao passo que o CDC expressamente determina a responsabilidade civil por danos causados aos consumidores individualmente considerados, notadamente, quando violados direitos básicos, consoante o disposto no art. 91 do CDC:

*“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”.*



Por tudo isso, a norma consumerista prevê o procedimento a ser adotado na liquidação e cumprimento de sentença julgada procedente pelos consumidores individualmente e deverão ser ressarcidos por prejuízos que comprovarem em sede de liquidação, na forma dos artigos 91 e 97, todos da Lei nº 8.078/90.

### **Da audiência de conciliação**

O autor, de acordo com o artigo 319, VII, do Código de Processo Civil, opta pela não realização de audiência de conciliação, uma vez que foram inúmeras as tentativas em se fazer um acordo, tendo sido realizadas, em âmbito administrativo, várias reuniões sem que a ré efetivamente demonstrasse ter interesse de pôr cobro à irregularidade objeto da presente ação civil pública, nem ao menos enviando a ata da última reunião assinada, embora lhe tenha sido enviada para eventual correção e posterior envio, devidamente assinada.

### **Da audiência de mediação**

O autor, de acordo com o artigo 319, VII, do Código de Processo Civil, opta pela não realização de audiência de mediação, pois tudo indica que a mediação se constituirá em um ato infrutífero, que apenas colaborará para o prolongamento desnecessário da lide, tendo em vista que em âmbito administrativo já se tentou por diversas vezes chegar a um acordo, sem, contudo, se obter êxito.

Assim, verifica-se a impossibilidade de qualquer acordo por parte do Ministério Público com a ré.

Ademais, outro obstáculo à realização da mediação é a incongruência entre a exigência de publicidade, em se tratando de resolução consensual de conflitos envolvendo o Poder Público e o instituto da mediação, regido pela confidencialidade.

A doutrina mostra-se atenta à questão, destacando a inaplicabilidade da confidencialidade em situações como a do caso em tela:



*“No sistema brasileiro, contudo, à luz do princípio da publicidade, insculpido no artigo 37, caput, da nossa Constituição Federal, não me parece haver outra solução jurídica admissível senão o reconhecimento da inaplicabilidade de confidencialidade, como regra, no processo de mediação envolvendo entes públicos”<sup>1</sup>.*

*“Nas hipóteses de solução alternativa de conflitos em que uma das partes seja o Poder Público, há que se observar a regra da publicidade dos atos estatais, o que afasta o sigilo destas técnicas de solução de conflitos e se enquadra na exceção legal do dever de confidencialidade”<sup>2</sup>.*

Deste modo, em casos como o presente, em que uma das partes é ente público, bem como considerando a sistemática específica da ação civil pública, há sempre que se observar a regra da publicidade dos atos estatais, o que afasta por completo a possibilidade de resolução do conflito através da mediação.

### **DA TUTELA DE URGÊNCIA**

Destarte, temos como absolutamente comprovados os requisitos de plausibilidade jurídica do pedido, diante do grande número de reclamações referentes a não entrega de produtos adquiridos junto à demandada, sendo certo que a própria ré não refuta a ocorrência desses atrasos, como ficou consignado nas reuniões com ela realizadas.

No concernente ao *periculum in mora*, aponta-se o fato de que a grande maioria dos produtos comercializados pela demandada são de indiscutível importância para a vida moderna de maneira que a falta dos mesmos pode ser fonte geradora de inúmeros transtornos para seus adquirentes.

Assim, requer o Ministério Público, tutela de urgência antecipatória, para que a ré seja



condenada a regularizar o seu serviço de entrega de produtos, tanto relativo a suas lojas físicas, como de seu site de vendas, efetuando todas as entregas pendentes no prazo de até 10 (dez dias) e no local efetivamente pactuado com o consumidor para tanto, sob pena de pagamento de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) para cada descumprimento registrado, passando, doravante, a cumprir a partir da data da propositura da presente ação o prazo de entrega estabelecido com cada adquirente para entrega dos produtos que vende, no local estipulado para tanto, sob pena de pagamento de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por cada vez que descumprir tal obrigação, inobstante a opção de restituição da quantia paga pela mercadoria ou produto não entregue, conforme facultado ao consumidor, na forma prevista no art. 35, inciso III da lei nº 8.078/90, se assim este o preferir.

### **DOS PEDIDOS**

*Ex positis*, requer o MINISTÉRIO PÚBLICO:

- 1) que se torne definitiva a concessão de medida liminar, a fim de que a ré seja condenada definitivamente a entregar os produtos adquiridos tanto em suas lojas físicas, quanto através de seu site de vendas até a data de propositura da presente e que ainda estejam pendentes de entrega no prazo de até 10 (dez) dias, no local estipulado para tanto, sob pena de pagamento de multa diária no valor de **R\$ 10.000,00 (dez mil reais)** para cada descumprimento registrado, bem como a cumprir, a partir da data da propositura da presente ação, o prazo de entrega estabelecido com cada consumidor adquirente para entrega dos produtos que vende, **no local estipulado para tanto**, sob pena de pagamento de multa diária de **R\$ 10.000,00 (dez mil reais)** por cada vez que descumprir tal obrigação, inobstante a opção de restituição da quantia paga pela mercadoria ou produto não entregue, conforme facultado ao consumidor, na forma prevista no art. 35, inciso III da lei nº 8.078/90, se assim este o preferir, tudo na forma do estipulado no art. 84, § 4º da lei nº 8.078/90;
- 2) a condenação da ré à reparação dos danos materiais e morais causados ao consumidor de forma individual em decorrência da prática abusiva acima elencada (não entrega dos produtos que vende no dia, local e hora estipulado para tanto), a teor do art. 6º, VI da lei nº 8.078/90, a serem apurados no pertinente processo de habilitação;



- 3) a condenação da ré ao pagamento de indenização a título de danos morais coletivos (CDC, artigo 6º, inciso VI), em valor não inferior a R\$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), corrigidos e acrescidos de juros legais, cujo valor reverterá ao Fundo de Reconstituição de Bens Lesados, mencionado no art. 13 da Lei nº 7.347/85;
- 4) a citação da ré para oferecer resposta, querendo, sob pena de revelia na forma da lei;
- 5) a publicação de editais, na forma do art. 94 da lei nº 8.078/90;
- 6) a produção de todos os meios de prova legalmente previstos e adequados, dentre eles, prova documental, testemunhal, depoimento pessoal das partes, pericial, etc., determinando-se a inversão do ônus processual, *ex vi* do art. 6º, VIII da lei n.º 8.078/90;
- 7) a inversão do ônus da prova para a comprovação da prática lesiva ao consumidor, a teor do art. 6º, inciso VIII, da Lei nº 8.078/90;
- 8º) que seja a ré condenada a pagar honorários ao CENTRO DE ESTUDOS JURÍDICOS DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, à base de 20% sobre o valor da causa, dado o valor inestimável da condenação, na forma da Lei n.º 2.819/97.

Dá-se à causa, o valor de R\$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais).

Rio de Janeiro, 27 de outubro de 2021.

**CARLOS**  
**ANDRESANO**  
**MOREIRA:** [REDACTED]  
[REDACTED]

Assinado de forma digital por CARLOS ANDRESANO MOREIRA: [REDACTED]  
Dados: 2021.10.27 10:37:18 -03'00'

**CARLOS ANDRESANO MOREIRA**  
Promotor de Justiça  
Mat. 1967