

EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA _____ VARA DA FAZENDA PÚBLICA, FALÊNCIAS E RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS DO FORO CENTRAL DA COMARCA DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA.

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PARANÁ**, por intermédio do Promotor de Justiça que adiante assina, com fundamento no artigo 129, inciso III, da Constituição Federal, 25, inciso IV, letra **a**, da Lei Orgânica Nacional do Ministério Público, nos artigos 2º, inciso IV, letra **a**, 57, inciso IV, letra **b**, e 68, inciso V, 1, todos da Lei Orgânica Estadual do Ministério Público, bem como nos artigos 81, parágrafo único, incisos I e II, 82, inciso I, 83 e 91 do Código de Defesa e Proteção do Consumidor, com fundamento nos dados colhidos no **Inquérito Civil MPPR nº 0046.13.013031-6 da 1ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor de Curitiba**, vem perante Vossa Excelência propor a presente **AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO**, em face de **COHAB – Companhia de Habitação Popular de Curitiba**, sociedade de economia mista, inscrita no CNPJ sob o nº [REDAZIDO], com sede [REDAZIDO] a pessoa de seu representante legal e **MUNICÍPIO DE CURITIBA**, pessoa jurídica de direito público, representado pelo Prefeito [REDAZIDO], com endereço nesta Capital na [REDAZIDO] pelos motivos de fato e de direito a seguir expostos:

1. DOS FATOS

A ré COHAB – Companhia de Habitação Popular de Curitiba, é uma sociedade de economia mista, responsável pela execução da política habitacional do município de Curitiba, por meio da construção de unidades habitacionais que visam atender as camadas mais carentes da população¹.

A contratação da empreiteira para a realização do empreendimento imobiliário foi realizada pelo Município de Curitiba, através de parceria com a Cohab e Caixa Econômica Federal, por meio de incentivos fiscais e construtivos, como parte do programa Minha Casa Minha Vida, que gradativamente vem sendo implantado na capital paranaense.

A referida Companhia divulgou em seu *website* que seu novo empreendimento, Residencial Cidade de Paiva, atenderia famílias, inscritas na COHAB, com renda entre 3 (três) e 6 (seis) salários mínimos, e **contaria com área de lazer com salão de festas, quiosque com área de estacionamento, parque infantil e salão de festas com churrasqueira comunitária.**²

¹ Ver mais em: <http://www.cohabct.com.br/conteudo.aspx?secao=25>

² Fls. 19/20

Para a construção deste empreendimento, as requeridas firmaram contrato de prestação de serviços junto à empresa Trocon Engenharia Civil Ltda, conforme também veiculado no *website* da COHAB.

Ocorre que chegou ao conhecimento desta Promotoria de Defesa do Consumidor, por meio de denúncia formulada pelos condôminos do Residencial Cidade de Paiva, que este empreendimento foi entregue sem a devida conclusão das áreas de lazer, em desacordo com o divulgado (ofertado).

Em razão disso, foi instaurado inquérito civil para apurar as referidas irregularidades, no qual restou comprovado que as rés agiram em desconformidade com as normas consumeristas, lesionando inúmeros consumidores, conforme se verá adiante.

Visando instruir o referido procedimento, foi expedido ofício à ré COHAB, bem como à empresa responsável pela construção do Residencial Cidade de Paiva, Trocon Engenharia Civil Ltda., para o fim de que estas prestassem os esclarecimentos pertinentes, informando quem foi o responsável pela veiculação da oferta e publicidade acima citada.

Em resposta, o fornecedor Trocon Engenharia Civil Ltda, esclareceu que firmou contrato junto à COHAB-CT para a construção do empreendimento Residencial Cidade de Paiva, contudo, não constou no referido contrato a previsão de edificação de áreas de lazer. Ressaltou que a veiculação de propaganda deste Residencial foi realizada exclusivamente pela Prefeitura Municipal de Curitiba e pela COHAB (fl. 44). Juntou o contrato celebrado entre as partes (fls. 48/65).

A ré COHAB alegou que apenas intermediou a relação entre a construtora Trocon Engenharia Civil Ltda e os órgãos municipais, auxiliando nos procedimentos de aprovação dos projetos elaborados pela construtora e no direcionamento das unidades habitacionais construídas aos inscritos em seu cadastro. Afirmou, ainda, que não recebeu valores ou dispendeu recursos financeiros por este auxílio, razão pela qual não se enquadra como fornecedora nesta relação (fls. 71/72).

Em nova manifestação, como se vê à fl. 102, a requerida afirmou que de fato veiculou em seu *website* notícia relativa à construção do Residencial Cidade de Paiva, no qual constou, por equívoco, que tal empreendimento contaria com as áreas de lazer supramencionadas, no entanto, alegou que o objetivo da notícia era apenas de divulgar a construção da obra e não veicular oferta/propaganda.

As justificativas acima mencionadas pela Companhia de Habitação

Popular de Curitiba não se coadunam com a legislação consumerista, conforme se explanará nesta inicial, não nos restando outra alternativa que não a propositura da presente Ação Coletiva de Consumo, com a finalidade de buscar responsabilização das rés pelo descumprimento da oferta veiculada.

2. DO DIREITO

2.1. Da Ação Civil Pública como o instrumento processual adequado para a defesa dos interesses coletivos dos consumidores

A Ação Civil Pública é o instrumento processual adequado para a defesa dos consumidores em juízo.

A Lei 7.347/85, tida como gênero, no art. 1º, inciso II, dispõe que: *“Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, **as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados: (...) II - ao consumidor;**”*

A defesa coletiva em Juízo encontra-se especificamente no art. 81 do CDC que prevê que *“a defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em Juízo individualmente, ou à título coletivo.”*

Não resta dúvida, portanto, quanto à adequação da ação proposta, razão pela qual, pugna-se pelo seu processamento e procedência.

2.2 Da legitimidade ativa e passiva

O Ministério Público do Estado do Paraná é parte legítima para ingressar em Juízo com a presente ação coletiva de consumo, tendo em vista o disposto no art. 5º, I da Lei n.º 7.347/85³ e no art. 82, I do CDC.⁴

O Ministério Público, por força de mandamento constitucional e legal, está legitimado a ajuizar a presente ação em defesa dos direitos metaindividuais dos consumidores. Este também é o entendimento da jurisprudência, conforme o Julgado que trazemos à colação abaixo:

"AÇÃO CIVIL PÚBLICA - Propositura pelo Ministério Público, objetivando interdição total de estabelecimento comercial, a fim de evitar continuidade de prestação de serviços prejudiciais aos consumidores - Caráter preventivo e inibitório de atividade comercial potencialmente nociva aos consumidores em

³ Art. 5º Têm legitimidade para propor a ação principal e a ação cautelar: I - o Ministério Público

⁴ Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente: I - o Ministério Público.

geral - Hipótese de típica defesa de interesses difusos - Legitimação reconhecida - Carência afastada - Recurso provido".⁵

A presente ação visa responsabilizar os envolvidos na divulgação de propaganda enganosa referente ao empreendimento Residencial Cidade de Paiva.

A COHAB-CT e o Município de Curitiba foram os responsáveis pela divulgação do referido empreendimento, conforme se extrai da própria manifestação da ré COHAB-CT⁶, bem como de seu *website*⁷.

Importante destacar que as rés se enquadram no conceito de fornecedor, porquanto, o preceito contido no art. 3º, do Código de Defesa do Consumidor é no sentido de que *“fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”*.

Sendo a ré COHAB, sociedade de economia mista e, portanto, pessoa jurídica de natureza privada, que firmou contrato junto à construtora Trocon Engenharia

⁵ TJSP- Apelação Cível n. 237.949-1 - Santos - 2ª Câmara Civil - Relator: J. Roberto Bedran - 19.12.95 - V.U.)

⁶ “A COHAB CT veiculou, em seu sítio na internet, na data de 08 de agosto de 2011, notícia relativa à assinatura de contrato de parceria entre o Município de Curitiba, a COHAB – CT e a empresa Trocon Engenharia Civil Ltda.

⁷ Fls. 24/25

Civil Ltda, o qual consta como objetivo “o assessoramento na aprovação de projetos junto aos órgãos Municipais e comercialização de 256 (duzentos e cinquenta e seis) unidades habitacionais, no empreendimento Residencial Cidade de Pavia”, resta evidente a relação de consumo havida entre a ré e os adquirentes dos imóveis.

Tendo o Município de Curitiba, participado diretamente no financiamento do empreendimento imobiliário, através da concessão de incentivos fiscais e construtivos, bem como através da utilização de recursos próprios, além dos buscados no banco estatal por meio do programa habitacional em parceria com o Governo federal, resta nítida a sua inserção na cadeia de fornecedores.

Diante do exposto, não há dúvidas quanto à formação do pólo passivo, pelo que, desde logo, se requer seja regularmente processada a demanda.

2.2 Da publicidade enganosa

Sendo a publicidade um "instrumento poderosíssimo de influência do consumidor nas relações de consumo atuando nas fases de convencimento e de decisão de consumir" (João Batista de Almeida, “A proteção jurídica do consumidor”, Saraiva, 1993, p. 85), não descuidou o legislador de, com vistas a proteger o

consumidor contra os desvios nela praticados, proibir expressamente a veiculação da publicidade enganosa, conforme dicção do art. 37 do CDC, *in verbis*:

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

Quanto ao conceito do que seja "publicidade enganosa", este encontra-se no §1º do mencionado dispositivo legal:

"Art.37

(...)

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

Nesse sentido, cumpre consignar que, conforme observado por Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin, "o legislador, reconhecendo a complexidade e dinamismo da matéria, preferiu conceituar de maneira larga o que seja publicidade enganosa. Fica, de qualquer modo, como fundamento de sua proibição, o reconhecimento de que consumidor tem o direito - de ordem pública - a não ser enganado, direito este agora adotado pelo direito brasileiro" (in "Código brasileiro de

defesa do consumidor - Comentado pelos Autores do Anteprojeto”, Ed. Forense Universitária, 1991, p. 193).

O dispositivo transcrito estabelece o princípio da veracidade da informação publicitária, pelo qual "a publicidade deve ser esmerada e honesta, segundo os requisitos legais. Deve conter uma apresentação verdadeira do produto ou serviço oferecido. Visa manter corretamente informado o consumidor, para assegurar-lhe a escolha livre e consciente" (João Batista de Almeida, op. cit., p. 89).

E, *in casu*, da análise detida dos autos, constata-se cabalmente que a publicidade veiculada pelas ora requeridas foi enganosa, nos termos do art. 37, §1º, do CDC.

Isto porque, primeiramente, a COHAB noticiou em seu *website*, no dia 8 de agosto de 2011, o contrato firmado junto à construtora Trocon Engenharia, para a construção do Residencial Cidade de Pavia, comunicando que *“as unidades são de dois quartos com 40 metros quadrados cada uma. Os 256 apartamentos do Residencial Cidade de Pavia fazem parte de um projeto maior, que envolve mais três condomínios (Residenciais Cidade de Padova, Cidade de Broni e Cidade de Novara), com um total*

de 1.136 unidades. **Os quatro condomínios terão área de estacionamento, salão de festas com churrasqueira e playground**".⁸

Bem como, assim o fez o Município de Curitiba, ao anunciar no seu site em 23/03/2013 que *"Ao apartamentos do Residencial Cidade de Paiva tem dois quartos, com área total de 48,32 metros quadrados. O condomínio é formado por 16 blocos de apartamentos, com quatro pavimentos cada um e, **no seu interior há área de estacionamento, parque infantil e salão de festas com churrasqueira comunitária**"*.⁹

No entanto, conforme análise do referido contrato, observa-se que não foi especificado em cláusula alguma a obrigação da construção das áreas de lazer mencionadas no *website* das rés. Inclusive, como se vê às fls. 54 – verso e 55, restou detalhadamente especificado no Memorial de Incorporação todas as áreas a serem construídas no empreendimento e não há qualquer menção às tais áreas de lazer.

Por conseguinte, conforme informação fornecida pelos moradores do Residencial Cidade de Paiva, o condomínio foi entregue sem a devida conclusão das áreas de lazer, ao arripio das normas consumeristas (fls. 10/12).

⁸ Fls. 24/25

⁹ Fl. 98

Ainda, além de a ré não ter entregue aos consumidores o Residencial de acordo com o que havia sido ofertado, a COHAB-CT divulgou em seu *website* no dia 23 de março de 2013, notícia acerca da conclusão do referido empreendimento, a qual consta que o Residencial Cidade de Paiva possui área de estacionamento, parque infantil e salão de festas com churrasqueiras¹⁰, faltando, portanto, novamente, com a verdade.

Evidencia-se, pois que as rés ao informarem aos consumidores fatos que não correspondem à realidade (construção de diversas áreas de lazer), incidem em prática abusiva consistente em publicidade inverídica ou enganosa, visto que as informações de caráter publicitário veiculadas provocam uma distorção no processo decisório dos consumidores, o que acaba induzindo-os ao erro.

Vale lembrança de que um dos novos deveres inseridos no Código de Defesa do Consumidor, é aquilo que se denomina "verdade especial", cuja significância é a de que a publicidade deve caracterizar-se pela divulgação de informações verdadeiras, reafirmando-se assim o dever de conduta leal publicitária, ou seja, é vedada qualquer tipo de conduta abusiva (art. 37, § 2º do CDC) ou enganosa (art. 37, § 1º do CDC).

¹⁰ Fls. 28/29.

Deste modo, a publicidade, quando verídica e precisa, **passa a ter efeitos de oferta (art. 30 do CDC) integrando-se ao futuro contrato**, criando vínculo obrigacional entre o fornecedor, cuja obrigação é de manter sua oferta nos termos em que foi veiculada, e o consumidor, que tem o direito de exigir seu cumprimento de acordo com o que lhe foi ofertado (art. 35, inc. I, do CDC).

Ressalta-se que referida propaganda enganosa ofendeu o interesse de toda a coletividade que adquiriu um imóvel no Residencial Cidade de Paiva, porquanto estes legitimamente esperavam que as informações e comunicações publicitárias fossem retrato da verdade.

Essa é a origem das pretensões cominatória e reparatória que seguem sustentadas.

2.4. Dos efeitos lesivos decorrentes da publicidade enganosa

Da veiculação de publicidade enganosa pode derivar prejuízo aos consumidores que efetuaram a compra de um imóvel no Residencial de Paiva, tendo em vista que estes, induzidos ao erro, adquiriram imóvel sem as qualidades e características ofertadas.

Cumpra mencionar que, sob o enfoque do Código de Defesa do Consumidor se encontram diversas condutas ilícitas justificadoras da medida judicial, destacando-se: **os artigos 4º, III (princípio da boa-fé); 6º, III e IV (direito à informação clara e proteção contra a publicidade enganosa); 30 (toda publicidade precisa obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado); 39, V (exigir vantagem manifestamente excessiva), 39, IV (prevaler-se da fraqueza do consumidor ao ofertar-lhe seus serviços); 37, § 1º (publicidade enganosa).**

Ressalta-se que a falta de observância das rés aos referidos dispositivos legais, por meio da veiculação de publicidade enganosa, ofendem o direito da coletividade, que legitimamente espera que as informações e comunicações publicitárias sejam retrato da verdade, nada mais do que a verdade.

Por tais razões, objetiva-se com a presente ação a **reparação do mencionado dano moral difuso, decorrente da lesão ao interesse - juridicamente protegido - da coletividade**, de não ser alvo de mensagens publicitárias enganosas, bem como, **a constituição da obrigação de fazer**, a ser imposta à requerida, consistente na edificação das áreas de lazer divulgadas em mensagem publicitárias,

quais sejam: parque infantil/playground e salão de festas com churrasqueira comunitária.¹¹

2.5. Do direito do consumidor à efetiva reparação de danos morais (individuais, difusos e coletivos).

O Código de Defesa do Consumidor, no art. 6º, inciso VI, estabelece expressamente, como direito básico do consumidor "a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos".

Vê-se, no dispositivo citado, a inscrição do direito do consumidor à indenização, também, por dano moral. Tal direito não é conferido só ao consumidor. A Constituição da República, anterior ao CDC, já consagrara a doutrina favorável a reparação do dano moral, triunfante na maioria das legislações, ao dispor, no art. 5º, X, que *"são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e imagem das pessoas, assegurado o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação"*.

No dizer de Caio Mário da Silva Pereira, "a Constituição Federal de 1988 veio pôr pá de cal na resistência a reparação do dano moral, ao prevê-la

¹¹ Conforme se extrai das mensagens publicitárias constantes nas fls. 20, 24, e 29

expressamente no art. 5º, X, desaparecendo o argumento dos opositores dessa reparação, assentado na falta de disposição genérica explícita (...), integrando-se a indenização pelo dano moral definitivamente em nosso direito positivo" (*in* "Responsabilidade Civil", Rio de Janeiro, Forense, 1994, p. 65).

Por isso, correta a afirmação de Aguiar Dias, ao expor que "o dano moral deve ser compreendido em relação ao seu conteúdo, que não é o dinheiro nem coisa comercialmente reduzida a dinheiro, mas a dor, o espanto, a emoção, a vergonha, a injúria física ou moral, em geral uma dolorosa sensação experimentada pela pessoa" ("Responsabilidade civil", v. II, nº 226, *apud* Caio Mário, ob. cit., p. 62).

Mauro Cappelletti, citando Henry Dupeyron, sustenta que, "no caso de ação coletiva (...) a reparação devido a certa lesão (de um interesse coletivo) é por si só, ao menos na grande maioria, estranho à noção de um dano experimentado", acrescentando que ele "deriva assim necessariamente de um outro princípio e obedece a outras regras de mensuração, que derivam menos da idéia de ressarcimento do que das idéias de prevenção e de pressão" (*apud* José Geraldo Brito Filomeno, *in* "Manual de direitos do consumidor", Editora Atlas, 1991, p. 194).

Assim, devem as requeridas serem condenadas ao **pagamento de dano moral coletivo**, diante da veiculação de propaganda enganosa.

2.6. Da obrigação de fazer consistente na construção de áreas de lazer.

De acordo com o disposto no art. 35, do CDC:

“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;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos”.

Conforme já suficientemente fundamentado acima as rés veicularam propaganda referente ao empreendimento Residencial Cidade de Paiva, não cumprindo, posteriormente, com a oferta, uma vez que o Residencial não possui as áreas de lazer divulgadas.

Portanto, deverão as fornecedoras responder pela recusa de cumprimento à oferta, nos termos do art. 35, do CDC. Trata-se de efeito eventual, que se opera ante o vício da informação prestada - disparidade entre as indicações constantes da oferta

ou da mensagem publicitária e o serviço efetivamente prestado - que se encontra evidente no presente caso.

Deste modo, dentre as três hipóteses indicadas no mencionado dispositivo legal, o consumidor pode exigir, o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade, razão pela qual **as requeridas devem ser condenadas em obrigação de fazer, consistente na construção das áreas de lazer divulgadas em seu *website*.**

4 - DOS PEDIDOS

DIANTE DO EXPOSTO, uma vez demonstrada a verossimilhança das alegações apresentadas, requer o Ministério Público, seja **julgada integralmente procedente a presente demanda**, solicitando as seguintes providências:

a) A citação das requeridas¹² para, querendo, contestar a presente ação e acompanhá-la até a sentença final, sob pena de revelia, sendo presumidos verdadeiros os fatos ora deduzidos;

¹² Companhia de Habitação Popular de Curitiba – Rua Barão do Rio Branco, 45.

b) seja determinada a **publicação de edital no órgão oficial**, para que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes, além de se remeter ofício ao PROCON/PR para o mesmo fim, tudo isso com base no art. 94 do Código de Defesa do Consumidor;

c) seja **julgada procedente** a presente Ação Civil Pública para o fim de:

c.1) impor às requeridas o dever jurídico de **construir** as áreas de lazer divulgadas em mensagem publicitárias, quais sejam: **parque infantil/playground e salão de festas com churrasqueira comunitária**, sob pena de multa no valor arbitrado por este Juízo, não inferior a R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), a ser destinada ao FECON; Na impossibilidade de fazê-lo, alternativamente, nos termos dos arts. 95 do CDC¹³ e 461 do CPC¹⁴, requer sejam as rés condenadas genericamente

¹³ Art. 95. Em caso de procedência do pedido, a condenação será genérica, fixando a responsabilidade do réu pelos danos causados.

¹⁴ Art. 461. Na ação que tenha por objeto o cumprimento de obrigação de fazer ou não fazer, o juiz concederá a tutela específica da obrigação ou, se procedente o pedido, determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento. § 1º A obrigação somente se converterá em perdas e danos se o autor o requerer ou se impossível a tutela específica ou a obtenção do resultado prático correspondente. § 2º A indenização por perdas e danos dar-se-á sem prejuízo da multa (art. 287). § 3º Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao juiz conceder a tutela liminarmente ou mediante justificação prévia, citado o réu. A medida liminar poderá ser revogada ou modificada, a qualquer tempo, em decisão fundamentada. § 4º O juiz poderá, na hipótese do parágrafo anterior ou na sentença, impor multa diária ao réu, independentemente de pedido do autor, se for suficiente ou compatível com a obrigação, fixando-lhe prazo razoável para o cumprimento do preceito. § 5º Para a efetivação da tutela específica ou a obtenção do resultado prático equivalente, poderá o juiz, de ofício ou a requerimento, determinar as medidas necessárias, tais como a imposição de multa por tempo de atraso, busca e apreensão, remoção de pessoas e coisas, desfazimento de obras e impedimento de atividade nociva, se necessário com requisição de força policial. § 6º O juiz poderá, de ofício, modificar o valor ou a periodicidade da multa, caso verifique que se tornou insuficiente ou excessiva.

pelos danos causados, no exato montante necessário a realização da obra, que deverá ser apurado em liquidação de sentença;

c.2) **condenar** as requeridas ao pagamento de **dano moral coletivo** diante da veiculação de propaganda enganosa;

d) Requer-se a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, diante do que dispõe o artigo 87 do CDC.

e) Protesta-se por provar o alegado por todos os meios de prova em direito admitidas, especialmente pelas provas testemunhal, pericial e documental, bem assim por todos os demais meios de prova, observado ainda o disposto no art. 6º, inc. VIII, do Código de Defesa do Consumidor, no que toca à inversão do ônus da prova em favor da coletividade de consumidores substituída processualmente pelo autor.

f) seja dada **celeridade na tramitação** da presente Ação Civil Pública tendo em conta o interesse público na solução do presente litígio, afixando-se tarjeta nesse sentido no rosto dos autos, com fundamento no art. 5º, inciso LXXVIII, da Constituição da República;

g) Solicita-se, por fim, sejam as intimações procedidas na forma dos artigos 236, §2º, do CPC e 41, inciso IV, da lei n.º 8.625/93, junto à **1ª Promotoria de Justiça do Consumidor de Curitiba, situada na Avenida Marechal Floriano Peixoto, 1251, Rebouças, fones 3250-4912 e 3250-4913.**

Dá-se à causa o valor de R\$ 300.000,00 (Trezentos mil reais).

Curitiba, 14 de maio de 2015

Maximiliano Ribeiro Deliberador

Promotor de Justiça