

**Exmo. Sr. Dr. Juiz de Direito da 7ª Vara Empresarial
da Comarca da Capital**

Processo nº 0273323-66.2011.8.19.0001

O **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO
DE JANEIRO**, vem, por intermédio do Promotor de
Justiça que ao final subscreve, nos autos da Ação
Civil Pública Consumerista proposta em face de
TELEMAR NORTE LESTE S.A. interpor

APELAÇÃO

contra sentença do Juízo da 7ª Vara Empresarial da
Capital (fl. 200-204) que julgou improcedentes os
pedidos do Ministério Público, aduzindo, para tanto,
os fatos e fundamentos jurídicos que se seguem,
requerendo que sejam os autores remetidos ao E.
Tribunal de Justiça.

Rio de Janeiro, 19 de abril de 2012.

Julio Machado Teixeira Costa

Promotor de Justiça

Mat. 2099

RAZÕES DO APELANTE

APELANTE: Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro.

APELADO: TELEMAR NORTE LESTE S.A.

Processo nº 0273323-66.2011.8.19.0001

Origem: 7ª Vara Empresarial da Comarca da Capital

Egrégio Tribunal

Colenda Câmara

Exmo. Sr. Procurador de Justiça

RELATÓRIO

Trata-se de ação civil pública ajuizada pelo Ministério Público em face de Telemar Norte Leste S.A. objetivando coibir publicidade irregular do plano "Oi à Vontade", em cujas divulgações em mídia impressa, TV e demais não se explicitam de forma visível ao consumidor os limites e as restrições importantes do plano, como o teto de 10.000 minutos e a validade desses minutos somente após o consumo da franquia contratada, conforme prova documental acostada na inicial. Tal prática, claramente proibida pelo art. 37 do CDC, induz os consumidores a engano ao pensarem que desfrutariam de um plano muito mais benéfico do que o realmente oferecido, que não possuiria boas razões para merecer o nome "à vontade" ou qualquer outro que sugerisse ilimitação.

Pugnou o MP, com pedido de antecipação de tutela, para que fosse a ré "condenada a, em todas as suas ofertas, veiculadas por qualquer meio, referentes ao plano "Oi à Vontade" ou serviço que utilize denominação análoga, ou ainda que prometa a despreocupação com faturas e tempo das ligações, informar ao consumidor todas as restrições, exceções e limites de uso incidentes, de forma sempre visualmente unida à divulgação, com destaque equivalente, para pronta visualização, sob pena de multa diária no valor de R\$30.000,00 (trinta mil reais)", pedido esse deferido liminarmente, sem a oitiva da parte contrária, na decisão de fl. 70 do processo original.

A liminar deferida nos presentes autos foi mantida em sede de agravo de instrumento pelo e. Desembargador Relator DES. PEDRO FREIRE RAGUENET, da SEXTA CÂMARA CIVEL, que negou o efeito suspensivo pleiteado. O recurso, contudo, foi julgado prejudicado dada a manifestação do agravante pela desistência.

Contestação em fls. 99-124, sendo juntados documentos. Réplica às fls 185/195.

Julgamento antecipado da lide em sentença de fls. 200-204, indeferindo todos os pedidos do MP, sob a alegação de que:

- (i) há informação ao consumidor de que o bônus é concedido somente após o fim da franquia;
- (ii) não há necessidade de se transmitirem todas as informações do plano em peça televisiva de apenas 30 segundos, pois a contratação será sempre feita por canal em que serão disponibilizados na íntegra as informações necessárias.

É o breve relatório.

DA FUNDAMENTAÇÃO

a) A deficiência da oferta publicitária e a falta de informação adequada: a estratégia empresarial ambígua, os limites das palavras e o mau uso do *dolus bônus*.

A sentença merece ser reformada, uma vez que avaliou erroneamente os fatos: não basta a mera informação da restrição, prestada de qualquer jeito, para que esteja adimplido o dever do fornecedor de informar. Aqui se está a questionar justamente o adimplemento substancial desse dever, de modo a conformar a finalidade a que se destina.

Eis que o MP demonstrou, de acordo com os documentos constantes da inicial, em sintonia com os documentos trazidos em seguida pela ré, que nas peças publicitárias impressas e televisivas do plano Oi À Vontade não eram demonstrados com **suficiente clareza, visibilidade e importância as restrições inolvidáveis que o plano apresenta, apesar do nome "à vontade"**.

Por mais que alegue a apelada que "toda a promoção tem seus limites", o que é inteligível para qualquer consumidor que tenha um mínimo de inteligência e discernimento, também se deve dizer que as palavras possuem seus limites, de forma que **o uso de termos sugestivos de ilimitação como "À Vontade" em peças publicitárias devem estar acompanhado da divulgação das limitações e restrições com a mesma visibilidade e peso do supostamente fantástico benefício oferecido**. Dessa forma, não pode ser o *dolus bonus* da comunicação publicitária usado para suavizar restrições importantes da oferta apresentada e escusar o fornecedor da prestação clara e substancial de informações relevantes ao negócio.

b) A ordem de consumo da minutagem e a indução a erro que a má informação pode causar

No caso em tela, o bônus de minutos dito ilimitado, que caracteriza o falar "à vontade"

que se tenta vender, são de 10.000 minutos, e **só são válidos depois de consumida a minutagem do pacote contratado**, para linhas Oi móveis e linhas Fixas de qualquer operadora.

É importantíssimo frisar que é nessa ordem de consumo dos benefícios, mais do que na própria limitação dos 10.000 minutos para um plano que seria "à vontade" que mora risco ao consumidor quanto ao uso inconsciente e desavisado, estimulado pela má informação.

É que parece ser estratégia empresarial, ao sugerir que as ligações entre Oi e de Oi para fixo podem ser feitas "à vontade", que o consumidor aja sem preocupações com a fatura e assim consuma o mais rapidamente possível a franquia de minutos contratada (em planos que vão de 110 a 1250 minutos), a fim de que se possa cobrar **avulsamente o minuto para ligações para outras operadoras**, modalidade de chamada cuja tarifa costuma ser muito superior ao de chamadas intra-rede.

Ainda que a empresa não aja propositalmente de má-fé, divulgando mal sua oferta a fim de estimular o consumo nesses moldes, é de se dizer que tal incorrência em erro por parte do consumidor é de se facilmente presumir, tornando-se ainda mais necessário, **em atendimento à ideia da boa-fé objetiva**, que se avise enfaticamente a restrição contida no plano supostamente "à vontade", tanto no

número de minutos quanto na ordem de consumo das minutagens, sob pena de o consumidor se ver diante de faturas com valores altíssimos, com cobranças inesperadas, em decorrência da conduta propiciadora de ambiguidades e geradora de falsas expectativas.

c) Da indispensabilidade da informação adequada em cada mídia, inclusive a televisiva

Para proteger o consumidor hipossuficiente nesse sentido, tem-se que uma mera divulgação *pro forma*, em *lettering* televisivo, em notas de rodapé de peças impressas ou em qualquer outro modo menos visível (o contrato de adesão, inclusive), das restrições e limitações do plano veiculado, não conforma a proteção do direito à informação adequada na oferta publicitária (art. 37 do CDC), mas, como já dito, simplesmente intenta, de modo insuficiente, fazer parecer atendida a obrigação legal do fornecedor, quando na verdade ela não está adimplida satisfatoriamente.

Do mesmo modo, a divulgação satisfatória em uma mídia, mas não em outra, esperando-se que o consumidor vá "combinar" a mesma oferta em suas diferentes publicidades a fim de se informar sobre todas as minúcias contratuais, não adimple a obrigação legal de veiculação publicitária adequada pelo fornecedor, que deve, em cada mídia,

explicitar com clareza e visibilidade as restrições atinentes à promoção veiculada, como pleiteia esta ACP.

d) Da reparação por danos morais e materiais coletivos

Vislumbrados os danos ao consumidor em razão da indução ao erro pela oferta publicitária inadequada e insuficientemente informativa, há que se falar em reparação por danos materiais e morais coletivos, no que se reporta aos termos da inicial.

DO PEDIDO

Pelo exposto, pugna o Ministério Público pelo provimento desta apelação, reformando-se a sentença de primeiro grau para julgar procedentes todos os pedidos constantes da petição inicial.

Rio de Janeiro, 18 de abril de 2011.

Julio Machado Teixeira Costa

Promotor de Justiça

Mat. 2099