

Processo Administrativo-Procon n. 2.16.0024.0065152/2024-96

Ementa: Procon-MG. Decisão administrativa de subsistência. Publicidade Enganosa. Art. 37 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e art. 14 do Decreto n. 2.181/1997 c/c art. 21, inciso III, “n”, da Resolução PGJ n. 57/2022.

DECISÃO ADMINISTRATIVA

Cuida-se de Processo Administrativo-Procon instaurado por meio da portaria constante do ID MPe 2122808, para apurar a prática infrativa consumerista de “publicidade enganosa”, capitulada no art. 37 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), e no art. 14 do Decreto n. 2.181/1997, c/c art. 21, inciso III, “n”, da Resolução PGJ n. 57/2022, por parte da fornecedora **OI S.A.**

Os autos foram originariamente autuados a partir da apresentação da seguinte notícia de fato por parte da consumidora reclamante no sistema da Ouvidoria deste Órgão (ID MPe: 898588, Página: 1):

No site da oi existe um plano de internet pelo valor de 89,90 para pagamento no cartão de crédito ou boleto bancário. Ocorre que ai tentar adquirir o plano, fui informada que não posso fazer no cartão pelo valor de 89,90, pois esse valor é só para débito automático. Destaca-se que no site está claro que o valor é para débito automático e cartão de crédito. Infelizmente não consegui aderir ao plano, e a propaganda continua no site.

Junto à manifestação, a consumidora reclamante promoveu a juntada de *printscreens* relativos ao atendimento por parte da fornecedora, bem como da publicidade em si (ID MPe 898590).

A publicidade apresenta as informações “**OI FIBRA 500 mega por R\$ 89,90/mês no cartão de crédito ou débito em conta**”, contudo, o atendimento da reclamada informou que no cartão de crédito ou boleto o valor seria de R\$ 109,00 (cento e nove reais) - ID MPe: 898590, Página: 2.

Em seguida, a reclamada informa: “**Verifiquei no sistema e o valor de 500MB por 89,90, está disponível apenas em débito automático**” - ID MPe: 898590, Página: 5.

Portaria de instauração de investigação preliminar consta do ID MPe 902198, oportunidade em que foi determinada a notificação da reclamada a prestar esclarecimentos sobre os fatos.

Esclarecimentos prestados pela reclamada no ID MPe 1067001, ocasião em que afirmou que *“efetivamente disponibiliza a oferta de aquisição de internet Oi Fibra, na modalidade de 500 MEGA, pelo pagamento do valor de R\$ 89,90 (oitenta e nove reais e noventa centavos), para pagamento em cartão de crédito e débito automático, de modo que a oferta é válida nos termos divulgados”*, e solicitou a dilação de prazo para apresentação de mais informações.

Em seguida, no ID MPe 1120019, a reclamada prestou esclarecimentos complementares, acrescentando que:

“[...] a Reclamante não é elegível às condições ofertadas pela OI para contratação por novos clientes. Devido ao fato de a RECLAMANTE, à época, já ser cliente da base da OI, possuindo um pacote com banda larga e telefonia fixa, a sua tentativa não foi de uma nova contratação, mas sim, de uma solicitação de migração de plano, com alteração do contrato vigente, uma vez que o intento da RECLAMANTE, em realidade, era alterar o seu plano atual (banda larga + telefonia fixa) para o plano ofertado a novos clientes (apenas internet fibra)”; e que “a oferta do site é válida apenas para novas contratações de planos de banda larga, ou seja, ela não se estende para clientes que já tenham, além da internet, a telefonia fixa em seu pacote”.

Na oportunidade, a reclamada informou que procurou a reclamante para oferecer-lhe ofertas *“que melhor se adequassem aos interesses desta. No entanto, por meio de contato telefônico, a RECLAMANTE informou que não tinha mais interesse em alterar o seu plano, pois já tinha resolvido a situação, mas não entrou em maiores detalhes e recusou as ligações seguintes”.*

Em seguida, colacionou *printscreen* de parte de uma tela sistêmica, onde consta o seguinte: *“Falamos com a Fernanda ontem 02/05/2024, às 19:53:17 no terminal 31986388761 e ela alega que não tem interesse em mexer novamente no plano pois já haviam ligado para ela e a mesma já havia alterado/resolvido quando questionamos o acordo de plano que havia sido feito com a mesma ela desligou e não atendeu mais”.*

No ID MPe 1867110, determinada a notificação da reclamada para comprovar que a oferta apresentada no site mencionava, expressamente, ser direcionada apenas para novos clientes.

Resposta da reclamada no ID MPe 2091225, informando que *“Para consultar as informações sobre a oferta, é preciso que o adquirente clique na aba ‘+ detalhes da oferta’, em que terá acesso às condições com maior detalhamento. 8. Lá, consta expressamente a informação de*

que o desconto de R\$ 20,00 (vinte reais) é válido apenas para novas assinaturas”, e reiterando as informações já apresentadas anteriormente.

Portaria de instauração do presente Processo Administrativo-Procon no ID MPe 2122808, oportunidade em que foi determinada a notificação da reclamada para, querendo, apresentar defesa, bem como para informar a receita bruta do ano de 2023, especificamente quanto ao Estado de Minas Gerais.

No ID MPe 2386086, a reclamada apresentou defesa, desta vez informando que “em 29/04/2024 a Sra. Fernanda tentou contratar um novo plano de internet, no valor de R\$ 89,90, com pagamento por meio cartão de crédito, porém referida compra foi negada em razão de divergência entre os dados cadastrais dele e do emissor do cartão de crédito”.

Afirmou a reclamada, na mesma oportunidade, que “as informações da oferta foram apresentadas de forma clara, correta e precisa, não existindo qualquer dúvida de que ela seria direcionada exclusivamente para novas assinaturas”, trazendo *printscreen* de outra peça publicitária constante do seu sítio eletrônico.

Aduziu, ainda, que (ID MPe: 2386086, Página: 6):

17. Basta ao consumidor clicar no “+ detalhes da oferta” para acessar a informação, claríssima, de que a oferta somente é válida “para novas assinaturas”.

18. Ou seja, todo e qualquer consumidor que deseje contratar um novo plano nas condições ali ofertadas, terá direito ao valor promocional de R\$ 89,90 (oitenta e nove reais e noventa centavos) e poderá optar pelo pagamento de seu plano pré-pago por meio de cartão de crédito. Desde, é claro, que possua um cartão de crédito válido.

19. As condições são claras e válidas para quaisquer consumidores. Inclusive para a Sra. Fernanda, que, conforme demonstrado acima, somente não conseguiu efetuar a contratação do novo plano, nessas exatas condições, porque a operação de cartão de crédito não foi aprovada por divergências cadastrais.

Por fim, aduziu, no mesmo documento, que:

[...] a alegação de que a OI não teria permitido à consumidora o pagamento via cartão de crédito, ao contrário do que constava da oferta, não corresponde à realidade dos fatos.

23. Seja porque a nova contratação, via cartão de crédito, foi, sim, disponibilizada à consumidora, não tendo se concretizado em razão da não aprovação do pagamento por

divergências cadastrais. Seja porque, em um segundo momento, informou-se à consumidora que, no plano já contratado por ela, pós-pago, não era possível o pagamento via cartão de crédito.

24. Como já esclarecido anteriormente, não se pode exigir que a OI aplique as regras da oferta ao contrato antigo da Sra. Fernanda. E o fato de a OI não ter permitido a adoção do pagamento via cartão de crédito no contrato antigo, em hipótese alguma viola a oferta veiculada.

25. Toda e qualquer negociação entre a OI e a Sra. Fernanda, tendo por objeto o contrato antigo, não se deu no âmbito da oferta questionada.

Despacho no ID MPe 2386668 determinou a certificação nos autos se há decisão administrativa condenatória transitada em julgado em face da reclamada, o que resultou nas pesquisas constantes do documento de ID MPe 2475176 e na certidão de ID MPe 2475247, que informa que *“não foram localizadas Decisões Administrativas Condenatórias, com trânsito em julgado, em face do fornecedor: OI S.A. – Em Recuperação Judicial, no âmbito desta 14ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor de Belo Horizonte”*.

No ID MPe 2566458, ofertou-se a possibilidade de realizar transação administrativa no montante de R\$ 56.0000,00 (cinquenta e seis mil reais). Na oportunidade, informou-se que em não havendo interesse por parte da reclamada, que dissesse se tem outras provas a produzir, **ou**, em caso negativo, que apresentasse suas alegações finais.

No ID MPe 2781106 recusada a transação administrativa e apresentada as alegações finais que, em síntese, reiteram as razões já apresentadas pela reclamada durante todo o tramitar destes autos, cujo conteúdo será pormenorizadamente abordado nas razões de decidir.

Ao final, pede a reclamada *“o arquivamento deste procedimento sem a aplicação de qualquer penalidade”* e *“subsidiariamente, caso este MPMG entenda que não há provas da confuta regular e lícita da Oi, requer a produção de prova oral, consubstanciada no depoimento pessoal da Consumidora”* (SIC).

É o relatório. **Decido.**

Como cediço, a atuação desta Promotoria de Justiça Especializada deve observar as disposições da Lei Complementar Estadual n. 61/2001, da Resolução PGJ n. 57/2022 e do Decreto n. 2.181/97, cingindo-se à verificação da conformidade da conduta dos fornecedores às normas consumeristas e sujeição de eventual infração ao Código de Defesa do

Consumidor a persecução no âmbito do Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon-MG).

Inicialmente, em respeito ao devido processo legal, considero atendidas todas as condições para a prolação de decisão de mérito, oportunizados o contraditório e a ampla defesa, nos termos do Código de Defesa do Consumidor, do Decreto Federal n. 2181/97 e da Resolução PGJ n. 57/2022.

Atendido, também, o dever de priorizar a atuação ministerial resolutiva, por meio da busca pela solução consensual/conciliatória, vez que houve a propositura de transação administrativa, tendo a reclamada, todavia, negado a proposta, ofertando, em seguida, alegações finais escritas.

De imediato, verifica-se que, apesar de não se ter alegado questões preliminares, a reclamada, em suas alegações finais escritas, formulou requerimento subsidiário para a produção de prova oral consistente no depoimento pessoal da consumidora reclamante.

Quanto a este requerimento, além de a apresentação das **alegações finais escritas serem incompatíveis com o pedido de produção de provas**, a ensejar a ocorrência de **preclusão lógica**, que desde já fica declarada, observa-se que o protesto, *data maxima venia*, genérico, pela produção de prova oral através do depoimento pessoal da consumidora, foi desacompanhado de fundamentação que demonstrasse sua utilidade para a influência eficaz na convicção desta Autoridade Administrativa, mormente pois não há, quanto ao objeto deste processo administrativo, controvérsia fática, uma vez que **os fatos e documentos que instruíram os autos, foram admitidos pela reclamada, no conteúdo e na forma, todas as vezes que fora oportunizada sua manifestação.**

Diante da incontrovérsia quanto aos fatos e documentos contidos nos autos, é dispensável, para o caso, a dilação probatória, não importando em cerceamento de defesa o julgamento deste processo no estado em que se encontra, mesmo porque, leciona **Antônio Herman V. Benjamin** (*in* Manual de direito do consumidor. 2. ed. São Paulo: RT, 2009, p. 206):

A proteção do consumidor contra a publicidade enganosa leva em conta somente sua capacidade de indução em erro. Inexigível, por conseguinte, que o consumidor tenha, de fato e concretamente, sido enganado. A enganabilidade é aferida, pois, em abstrato. O que se busca é sua “capacidade de induzir em erro o consumidor”, não sendo, por conseguinte, exigível qualquer prejuízo individual. O difuso – pela simples utilização da publicidade enganosa –, presumido *juris et de jure*, já é suficiente.

Trata-se, como se percebe, de juízo in abstracto e não in concreto. Na caracterização de uma publicidade enganosa, o dano do consumidor é um mero plus (com implicações próprias, notadamente na área penal). “Capacidade de indução em erro” quer dizer “tendência a induzir em erro”.

Por isso mesmo, **não é imprescindível o depoimento de consumidores no sentido de que foram, efetivamente, enganados**. O erro potencial – consequência da enganosidade – pode estar relacionado com qualquer dado dos produtos ou serviços: sua natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem e preço. Mesmo um dado acessório pode, via publicidade, ser ressaltado, ganhando, então, capacidade para induzir o consumidor em erro.

Em suma: o legislador brasileiro, **na avaliação do que seja publicidade enganosa (e no seu regramento civil), enxerga mais o anúncio do que propriamente a mente da pessoa que o produziu ou dele se aproveitou. O erro real, consumado, é um mero exaurimento, que, para fins da caracterização da enganosidade, é irrelevante.**

Ultrapassada tal questão, passa-se ao mérito.

Conforme dispõe o **artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal**, incumbe ao Estado promover a defesa do consumidor nos termos estabelecidos em lei. A própria posituação desse preceito, aliada à sua inserção topográfico-sistemática no “Título II” do texto constitucional, evidencia que, no ordenamento jurídico vigente, a fiscalização das práticas lesivas ao consumidor foi alçada à condição de direito fundamental e cláusula pétrea. Dessa forma, impõe-se a atuação efetiva do Estado, especialmente sob a ótica do princípio da proporcionalidade, que veda a proteção deficiente, notadamente quanto aos mais vulneráveis.

Nesse contexto, o **Código de Defesa do Consumidor (CDC)** afirma, em seu art. 37, *caput*, e §1º, que, *verbis*:

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

§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, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Essa proibição, cuja violação configura infração ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), nos termos do artigo 14 do Decreto Federal n. 2.181/1997, combinado com o artigo 21, inciso III, alínea “n”, da Resolução PGJ n. 57/2022, fundamenta-se na tutela do direito básico do



consumidor previsto no artigo 6º, inciso IV, do CDC, que assegura “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”.

Destaca-se, ademais, que, como regra processual e de julgamento, conforme o artigo 38 do CDC, o ônus da prova quanto à veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária recai sobre aquele que a patrocina, atribuindo-se, por força de lei, essa obrigação ao fornecedor. No que tange à oferta, seja publicitária ou não, impõe-se que contenha informações verdadeiras e transparentes, não podendo omitir ou distorcer elementos essenciais. O fornecedor possui liberdade para divulgar seu produto ou serviço da maneira, no local, tempo e forma que desejar, desde que sua comunicação não induza o consumidor a erro, seja por meio de afirmações inverídicas, seja por meio de omissões estratégicas.

É inquestionável que a infração em análise possui natureza coletiva, vez que a publicidade veiculada na *internet* possui alcance amplo e irrestrito, atingindo indistintamente toda a coletividade de consumidores.

O caráter coletivo do impacto gerado por uma publicidade enganosa na *internet* é evidente e inegável. Trata-se de uma conduta cujos efeitos se irradiam para a coletividade desde o momento de sua prática, pois a violação ao Código de Defesa do Consumidor não se dá de maneira isolada, atingindo um único indivíduo, mas sim todo um grupo indeterminado de consumidores expostos à informação viciada. Assim, a característica que confere a natureza coletiva ao direito em questão está atrelada ao potencial e efetivo impacto da conduta irregular sobre a coletividade.

No caso ora examinado, a materialidade e autoria da infração são incontestes.

Com efeito, na ocasião de sua manifestação, a consumidora reclamante anexou capturas de tela (*printscreens*) referentes à publicidade veiculada, bem como ao atendimento prestado pela fornecedora (ID MPe 898590).

Em síntese, o material publicitário exhibe a seguinte informação: **“OI FIBRA 500 mega por R\$ 89,90/mês no cartão de crédito ou débito em conta”**.

No entanto, durante o atendimento, a reclamada informou que, para pagamentos via cartão de crédito ou boleto, o valor seria de **R\$ 109,00 (cento e nove reais)** (ID MPe 898590, Página 2), o que contraria a oferta veiculada.

Posteriormente, a fornecedora acrescentou: **“Verifiquei no sistema e o valor de 500MB por R\$ 89,90 está disponível apenas em débito automático”** (ID MPe 898590, Página 5), mais



uma vez contrariando a própria informação contida na peça publicitária.

Observa-se que, ao ser instada a se manifestar, já no bojo de investigação preliminar (ID MPE 1067001), a reclamada afirmou que ***“efetivamente disponibiliza a oferta de aquisição de internet Oi Fibra, na modalidade de 500 MEGA, pelo pagamento do valor de R\$ 89,90 (oitenta e nove reais e noventa centavos), para pagamento em cartão de crédito e débito automático, de modo que a oferta é válida nos termos divulgados”***, sem impugnar a veracidade ou legitimidade dos documentos e capturas de tela apresentados pela consumidora reclamante, que foram, por via de consequência, admitidos integralmente, em seu conteúdo e forma.

Importante ressaltar que, criteriosamente analisada por esta Autoridade Administrativa, a publicidade veiculada não apresenta nenhuma menção a condições restritivas ou impeditivas à concessão do referido desconto.

Nesse contexto, não se sustenta enquanto fato extintivo e/ou modificativo, o alegado pela reclamada, no sentido de que *“a Reclamante não é elegível às condições ofertadas pela Oi para contratação por novos clientes. Devido ao fato de a RECLAMANTE, à época, já ser cliente da base da Oi, possuindo um pacote com banda larga e telefonia fixa, a sua tentativa não foi de uma nova contratação, mas sim, de uma solicitação de migração de plano, com alteração do contrato vigente, uma vez que o intento da RECLAMANTE, em realidade, era alterar o seu plano atual (banda larga + telefonia fixa) para o plano ofertado a novos clientes (apenas internet fibra)”*, bem como de que *“a oferta do site é válida apenas para novas contratações de planos de banda larga, ou seja, ela não se estende para clientes que já tenham, além da internet, a telefonia fixa em seu pacote”* .

A inconsistência desse argumento decorre de três razões fundamentais:

i) A peça publicitária analisada não continha qualquer menção a uma suposta limitação da oferta exclusivamente para novos clientes, omitindo informação essencial para a tomada de decisão;

ii) No primeiro contato, a reclamada limitou-se a informar que “verificou no sistema” e que o valor promocional de R\$ 89,90 estaria disponível apenas para pagamentos via débito automático, sem mencionar qualquer restrição relacionada ao fato de a consumidora já ser sua cliente. Essa justificativa sequer foi abordada no atendimento inicial;

iii) Perante o Procon-MG, a reclamada inicialmente alegou que a oferta era exclusiva para novos clientes. Posteriormente, alterou sua argumentação, afirmando que qualquer consumidor poderia aderir ao plano pelo valor promocional de R\$ 89,90, desde que possuísse

um cartão de crédito válido, sustentando que a oferta não foi efetivada devido à não aprovação da operação do cartão de crédito da consumidora por divergências cadastrais (ID MPe 2091225), o que foi reiterado em alegações finais. Essa oscilação nas justificativas evidencia uma deficiência informacional generalizada que perpassa a publicidade e o atendimento e alcança, inclusive, este processo, sem que a reclamada consiga demonstrar, de forma clara e consistente, o motivo exato da não aplicação da oferta à consumidora e, muito menos, que a condição utilizada para a negativa ao cumprimento da oferta, seja esta qual fosse, estivesse previamente explicitada na publicidade.

Além disso, ainda que a reclamada tenha alegado que os detalhes da oferta estariam disponíveis na aba “+ detalhes da oferta”, **os *printscreens* anexados referem-se a outra peça publicitária distinta da analisada no caso concreto, em outra página da reclamada em seu *website*.**

Ocorre que eventual existência de informações mais detalhadas em outro local da plataforma digital não exime o fornecedor da responsabilidade por uma divulgação incompleta ou potencialmente enganosa na peça publicitária específica que induziu a consumidora a erro.

Esclarecimentos complementares desconectados da oferta principal não afastam a publicidade enganosa. A prestação de informações fragmentadas viola os princípios da vulnerabilidade, boa-fé objetiva, transparência e confiança, impondo ao consumidor a desproporcional e árdua, para não dizer impossível, tarefa, de reunir dados dispersos em diferentes mídias no site da reclamada. Cada ato informativo deve ser analisado isoladamente, pois não se pode exigir que o consumidor tome a iniciativa de vasculhar a *internet* para obter informações que, por obrigação legal, devem ser a este trazidas de imediato pelo fornecedor, de forma clara e transparente, sendo imprescindível levar em consideração a presumida posição de vulnerabilidade do consumidor.

O entendimento do Superior Tribunal de Justiça não é outro, senão vejamos julgado que trata, exatamente, da matéria ora analisada:

[...]

4. **Esclarecimentos posteriores ou complementares desconectados do conteúdo principal da oferta (= informação disjuntiva, material ou temporalmente) não servem para exonerar ou mitigar a enganiosidade ou abusividade. Viola os princípios da vulnerabilidade, da boa-fé objetiva, da transparência e da confiança prestar informação por etapas e, assim, compelir o consumidor à tarefa impossível de juntar pedaços informativos esparramados em mídias, documentos e momentos diferentes. Em rigor, cada ato de informação é analisado e julgado em relação a si mesmo, pois absurdo esperar que, para cada produto ou serviço oferecido, o consumidor se**

comporte como Sherlock Holmes improvisado e despreparado à busca daquilo que, por dever ope legis inafastável, incumbe somente ao fornecedor. Seria transformar o destinatário-protégido, à sua revelia, em protagonista do discurso mercadológico do fornecedor, atribuindo e transferindo ao consumidor missão inexecutável de vasculhar o universo inescrutável dos meios de comunicação, invertendo tanto o ônus do dever legal como a ratio e o âmago do próprio microsistema consumerista. 5. Recurso Especial não provido.

(REsp 1802787/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 08/10/2019, DJe 11/09/2020)

Por fim, a **alegação de suposta inconstitucionalidade do artigo 46 do Regulamento Geral de Consumidores (“RGC”), da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel** (que exige das operadoras de telecomunicações a oferta das mesmas condições tanto para clientes atuais quanto para novos usuários), é irrelevante para o presente caso. Isso porque este processo administrativo se restringe à análise da existência de publicidade enganosa, sem questionar a validade dos termos da oferta. Em nenhum momento foi sustentado que a conduta da reclamada seria irregular pelo fato de a oferta ser direcionada exclusivamente a novos clientes, mesmo porque tal informação sequer constava da peça publicitária.

Nesse viés, mesmo que se desconsidere o caso concreto que serve de pano de fundo, até pelo caráter coletivo da publicidade enganosa disponível em ambiente virtual aberto na *internet*, a demandar a abstrativização da análise, e ainda que se admita como válida a restrição da promoção a apenas novos clientes, a publicidade enganosa ainda subsiste, pois **a reclamada não conseguiu demonstrar que essa limitação, seja ela válida ou não, estava expressa de forma clara na publicidade, disponível a todos os consumidores, inclusive a outros que não a reclamante, se enquadrem, ou não, à mesma situação desta.**

Sendo assim, ante as considerações apresentadas, conclui-se pela **subsistência da infração administrativa** descrita no ato de instauração do processo administrativo consumerista sancionador, incorrendo a reclamada na prática infrativa consumerista de publicidade enganosa, capitulada no **art. 37 do CDC, e no art. 14 do Decreto Federal n. 2.181/1997, c/c art. 21, inciso III, “n”, da Resolução PGJ n. 57/2022.**

Passo, doravante, à definição e à dosimetria da sanção administrativa a que se sujeita a fornecedora **OI S.A.**

Levando em consideração a natureza da infração e a condição econômica da reclamada, aplico a pena de multa, nos termos do artigo 56, inciso I, do CDC c/c art. 18, inciso I, do Decreto Federal n. 2.181/1997, e art. 20 da Resolução PGJ n. 57/2022.



Na primeira fase da dosimetria, nos termos do art. 28 da Res. PGJ n. 57/2022, observo que a infração cometida é capitulada no art. 37, *caput* e §1º, do Código de Defesa do Consumidor, que corresponde ao art. 21, inciso III, alínea “n”, da Resolução PGJ n. 57/2022, figurando no **grupo III** de infrações, pelo que aplico fator de pontuação 3. Não foi apurado auferimento de vantagem econômica com a prática infrativa, razão pela qual aplico o fator 1 no item “vantagem”.

Considerando que, após ser notificada para informar textualmente a esta Promotoria de Justiça sua receita bruta do ano de 2023, especificamente quanto ao Estado de Minas Gerais, a fornecedora juntou em ID MPE: 2386086, Páginas: 202/212, um documento contábil que contém, tão somente, os ativos e passivos da companhia, e que, portanto, não correspondem à receita auferida no período, como determina o art. 24 e parágrafos da Resolução PGJ n. 57/2022, bem como pelo fato de que a fornecedora se trata de sociedade anônima, será considerado como receita bruta o faturamento global informado quando da publicação da demonstração do resultado do exercício realizada no órgão oficial, em jornal de grande circulação editado na localidade ou na rede mundial de computadores, na forma do art. 24, §4º, da Resolução PGJ n. 57/2022.

Nesse viés, extrai-se do relatório “4T23 – Divulgação de Resultados da OI FIBRA”, constante do *site* de relação com os investidores da própria reclamada (<https://ri.oi.com.br/informacoes-financeiras/central-de-resultados/>), que se obteve, a título de receita bruta no ano de 2023, referente ao serviço “Oi Fibra”, a quantia de R\$ 1.100.000.000,00 (um bilhão e cem milhões de reais).

Considerando que a receita bruta utilizada para a dosimetria da sanção deve refletir exclusivamente o Estado de Minas Gerais, e que a população mineira corresponde, aproximadamente, a 10% da população nacional, estima-se que a receita bruta da Oi S.A. em Minas Gerais, para o ano de 2023, seja equivalente a 10% do valor total, atingindo R\$ 110.000.000,00 (cento e dez milhões de reais).

Dessa forma, nos termos do artigo 24 da Resolução PGJ n. 57/2022, a fornecedora é classificada como de GRANDE PORTE, tendo como referência o fator 5000 (artigo 28, §1º, da referida Resolução).

Com base nesses critérios, aplico os dados à fórmula prevista no artigo 28 da Resolução PGJ n. 57/2022 e fixo a pena-base em R\$ 280.000,00 (duzentos e oitenta mil reais), conforme demonstrado na planilha de cálculos constante do ID MPE 2843584.

Na segunda fase da dosimetria, reconheço a existência de uma circunstância atenuante, qual seja, o fato de a infratora ser primária, o que possibilita a diminuição da multa de um sexto à metade (art. 29, *caput*, e §2º, inciso II, da Resolução PGJ n. 57/2022).

Em razão disso, e conforme o *caput* do artigo 29 da referida norma, reduzo a sanção em fração medial, de 1/3 (um terço), uma vez que, a despeito de ser tecnicamente primária, as pesquisas constantes do documento de ID MPE 2475176 demonstram a existência de múltiplos expedientes instaurados contra a reclamada no âmbito deste Procon-MG, de forma que alcança a multa intermediária o *quantum* de R\$ 186.666,67 (cento e oitenta e seis mil, seiscentos e sessenta reais e sessenta e sete centavos).

Não havendo outras atenuantes ou agravantes, e ausentes causas de diminuição a incidirem na terceira fase, a multa intermediária convola-se em **MULTA DEFINITIVA**, concretizada no *quantum* de **R\$ 186.666,67 (cento e oitenta e seis mil, seiscentos e sessenta reais e sessenta e sete centavos)**.

À SECRETARIA:

I) **DILIGENCIE** quanto à emissão de boleto bancário tendo como beneficiário o Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (FEPDC), a ser encaminhado ao fornecedor para fins do disposto art. 36 da Resolução PGJ n. 57/2022;

II) **INTIME-SE** a reclamada **OI S.A.**, na forma do art. 38, c/c art. 33, §2º e art. 9º, todos da Resolução PGJ n. 57/2022, e, como requerido nas alegações finais, por intermédio de seus procuradores Diogo Soares Venancio Vianna (OAB/RJ n. 122.344) e Rogerio Marinho Magalhães Alcântara Filho (OAB/RJ n. 166.973), por meio postal, no endereço da Rua Sete de Setembro, n. 71, 6º andar, Centro, Rio de Janeiro/RJ, CEP: 20050-005, **com cópia: a) da presente decisão; b) da planilha de cálculos de ID MPE 2843584, c) do boleto relativo ao item “I”;** para que, **no prazo de 10 (dez) dias úteis**, a contar do recebimento da notificação, recolha à conta do Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor o percentual de 70% (setenta por cento) do valor da multa fixada acima, isto é, **R\$ 130.666,66 (cento e trinta mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e seis centavos)**, por meio de boleto, nos termos do parágrafo único do art. 36, *caput* e parágrafo único da Resolução PGJ nº. 57/2022, sendo que **o pagamento da multa com redução de percentual de 30% somente será válido se efetuado nos 10 (dez) dias úteis contados da intimação, ainda que o prazo de vencimento do boleto seja maior;**

III) **CONSIGNE-SE** na intimação que, ultrapassado o prazo legal de **10 (dez) dias úteis** sem que haja interposição de recurso voluntário – que pode ser interposto através do endereço

eletrônico pj14consumidor@mpmg.mp.br – **ou** efetuado o pagamento da multa aplicada com o referido desconto, esta deverá ser recolhida em seu valor integral, qual seja, **R\$ 186.666,67 (cento e oitenta e seis mil, seiscentos e sessenta reais e sessenta e sete centavos)**, sem prejuízo de eventual e futura atualização e correção monetária na forma do art. 40, §§ 1º e 2º, da Resolução PGJ n. 57/2022;

IV) **PUBLIQUE-SE** o extrato desta decisão no Diário Oficial Eletrônico do Ministério Público de Minas Gerais (art. 17 da Resolução PGJ n. 57/2022);

V) **REGISTRE-SE** no MPe.

VI) **TRANSITADA EM JULGADO A PRESENTE DECISÃO**, a) faça-se constar, por certidão, a ocorrência do trânsito em julgado e sua data, para fins de eventual nova intimação da reclamada para o recolhimento, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, do valor da multa na conta do Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (FEPDC), sob pena de inscrição do débito em dívida ativa e subsequente cobrança executiva pela Advocacia-Geral do Estado de Minas Gerais (arts. 33, §6º, 40 e 41, todos da Resolução PGJ n. 57/2022); b) inscreva-se a fornecedora reclamada no Cadastro de Reclamações Fundamentadas, com a indicação de que a reclamação não foi atendida (art. 42 e seguintes da Resolução PGJ n. 57/2022);

BELO HORIZONTE/MG, data da assinatura eletrônica.

JAIRO CRUZ MOREIRA
Promotor de Justiça

**MANIFESTO DE
ASSINATURA**



ASSINADO ELETRONICAMENTE POR:

JAIRO CRUZ MOREIRA, Promotor de Justiça, em 21/02/2025, às
16:23

CÓDIGO DE VALIDAÇÃO:

6 30 E5- A2D7A- 97FAD- 03DEA

Para verificar as assinaturas leia o QR code abaixo ou
acesse

<https://mpe.mpmg.mp.br/validar>

