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

SAN INTERNET BRASIL LTDA. – oferecimento de serviços por telemarketing – indução do consumidor em erro – contato realizado por contratados da San Internet que dolosamente se fazem passar por representantes da OI-VELOX – meio fraudulento para obtenção de clientela – violação ao dever de informar – publicidade e oferta enganosa.

F20463171-67.2014.8.19.0001 Sort 0312141747 4EM 23395

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

AÇÃO CIVIL PÚBLICA CONSUMERISTA *com pedido de liminar*

em face de **SAN INTERNET BRASIL LTDA.**, inscrita no CNPJ/MF n.° 02.390.594/0001-10, com sede na Rua 25 de Julho, n° 343, sala 03, Centro, Santo Ângelo/RS, pelas razões que passa a expor:

Legitimidade do Ministério Público

O Ministério Público possui legitimidade para a propositura de ações em defesa dos direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos, nos termos do art. 81, parágrafo único, I, II e III c/c art. 82, I, da Lei n°. 8078/90, assim como nos termos

do art. 127, caput e art. 129, III da CF. Ainda mais em hipóteses como a do caso em tela, em que o número de lesados é muito expressivo e os fatos noticiados graves, expondo os consumidores a práticas lesivas, sendo a matéria de elevada importância.

Nesse 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 253686/SP, 4a Turma, DJ 05/06/2000, pág. 176).
>
> "PROCESSO CIVIL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. LEGITIMIDADE ATIVA DO MINISTÉRIO PÚBLICO. DIREITO INDIVIDUAL HOMOGÊNEO. LEGITIMIDADE E INTERESSE PROCESSUAIS CONFIGURADOS.
> - **O Ministério Público tem legitimidade processual extraordinária para a propositura de ação civil pública** objetivando a cessação de atividade inquinada de ilegal de captação antecipada de poupança popular, disfarçada de financiamento para compra de linha telefônica.
> - **Não é da natureza individual, disponível e divisível que se retira a homogeneidade de interesses individuais homogêneos, mas sim de sua origem comum, violando direitos pertencentes a um número determinado ou determinável de pessoas, ligadas por esta circunstância de fato**.
> **Inteligência do art. 81, CDC.**
> - Os interesses individuais homogêneos são considerados relevantes por si mesmos, sendo desnecessária a comprovação desta relevância.
> Precedentes.
> Recurso especial provido.

(REsp 910.192/MG, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 02/02/2010, DJe 24/02/2010). (Grifou-se)."

DOS FATOS

A San Internet é provedora de acesso à internet, cujos serviços são ofertados frequentemente de forma direta aos consumidores por meio de telemarketing.

Ocorre que, por meio de procedimento investigatório, cujos autos instruem o presente, foram apurados diversos relatos queixosos quanto à prática abusiva perpetrada por operadores de telemarketing vinculados à ré.

Segundo as reclamações registradas, **os consumidores receberiam ligações de pessoas, posteriormente identificadas como** operadores de telemarketing vinculados à ré, **se fazendo passar for funcionários da empresa OI Velox, nas quais era oferecida a efetivação de rede de internet. Posteriormente, no entanto, além de o serviço não ser disponibilizado, os aderentes recebiam cobranças em nome da empresa ré.**

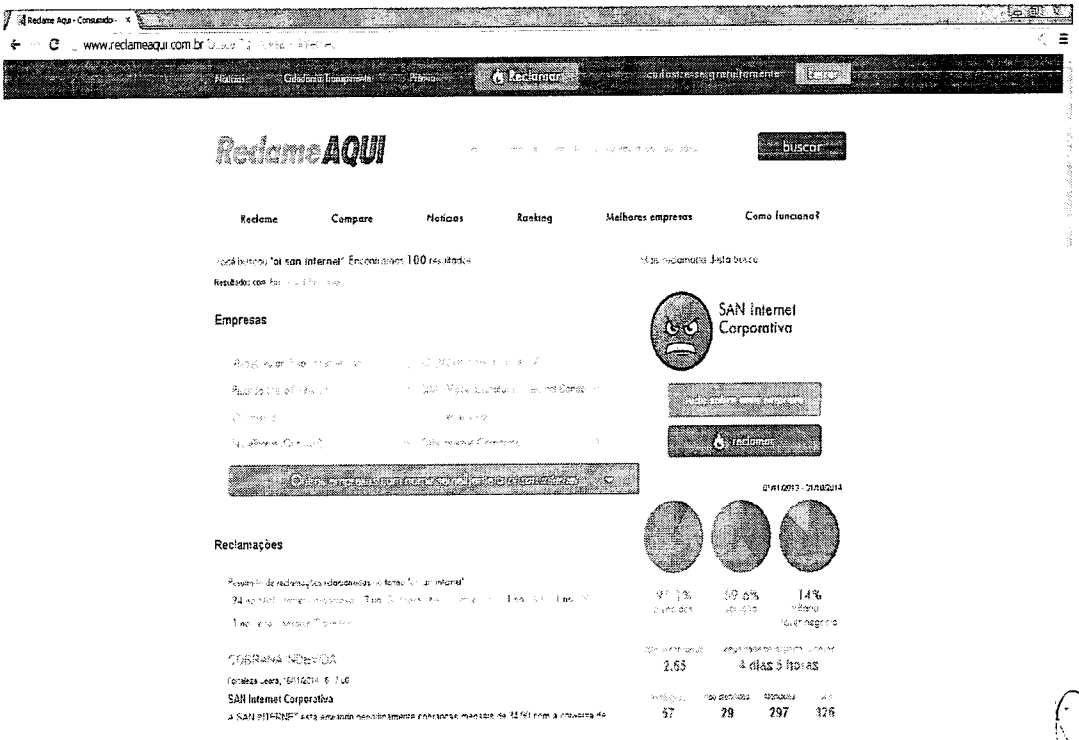
Dessa forma, a informação transmitida, assumindo a forma de oferta, tem **o condão de induzir o consumidor a adquirir os serviços da ré, sem que**

tal contratação tenha sido realizada de forma livre e consciente, em razão de o mesmo acreditar estar contratando com a empresa OI Velox.

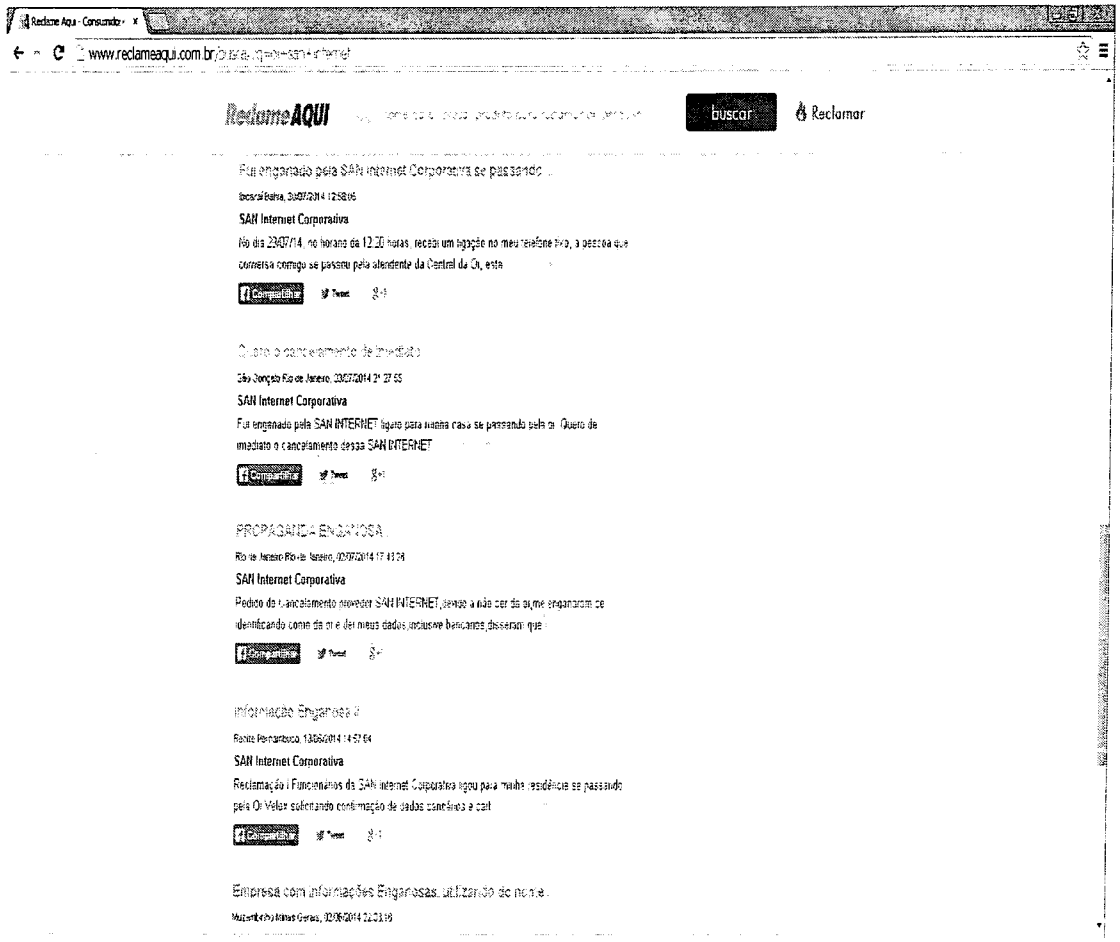
CLARA, PORTANTO, A UTILIZAÇÃO DE MEIOS FRAUDULENTOS PARA ANGARIAR CLIENTELA.

Dessa forma, os consumidores, em erro, fornecem seus dados bancários aos atendentes e têm debitados os valores correspondentes ao serviço do provedor San Internet, sem fruírem do serviço objeto da contratação.

Veja-se o número significativo de entradas relacionadas ao fato, quando se pesquisa no site reclameaqui.com.br pelos termos San Internet e Oi:



Pelo respectivo teor, as reclamações tratam exatamente do engodo de que trata o caso em tela:



DA FUNDAMENTAÇÃO

a) Da violação ao dever de informar no momento da oferta – responsabilidade pelos atos perpetrados por seus representantes autônomos

Por preceito constitucional, o consumidor tem o direito a receber especial proteção do Estado, havendo o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor reconhecido a sua vulnerabilidade e conferindo devida tutela ao equilíbrio da relação de consumo e à boa-fé objetiva.

Como forma de concretização dos princípios expostos, atenta-se à importância da transparência no mercado de consumo, cuja realização é permitida pelo direito básico dos consumidores à informação clara, adequada e correta sobre os serviços comercializados, nos moldes dos arts. 6°, inciso III, e 31, do Código de Defesa do Consumidor.

Nesse sentido, o art. 31 dispõe sobre o dever de informação dos fornecedores, no âmbito das ofertas:

> Art. 31. **A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas**, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. (Grifou-se)

Visa o supracitado dispositivo assegurar ao consumidor, em um momento pré-contratual, o acesso a informações que lhe permitam realizar um ato de consumo consentido e livre. É o que ensina Antônio

Herman de Vasconcellos, ao tratar da fase pré-contratual nas relações de consumo:

> Isso porque, sem a informação adequada através da oferta, 'a informação contratual corre o risco de chegar tarde demais'. **E é na fase pré-contratual que a decisão do consumidor é efetivamente tomada. Daí a importância de sua informação suficiente ainda nesse estágio.** (GRINOVER, Ada Pellegrini...[et al.].Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, Comentado pelos Autores do Anteprojeto. 9ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 602).(Grifou-se)

No caso em tela, o provedor réu opera em completo arrepio às referidas normas de consumo.

A San Internet, através de suas ofertas por telemarketing, descumpre o dever legal à prestação de informações corretas sobre o serviço ofertado, utilizando-se, ao extremo oposto do preceito consumerista, de dados inverídicos e fraudulentos para induzir o consumidor à efetivação do contrato.

Desse modo, ao manipular a veracidade dos fatos ao seu benefício, furta dos consumidores a voluntariedade de sua decisão, que acabam por contratar, em erro, os serviços da ré e terminam por arcar com seus encargos financeiros, sem receber qualquer serviço em contrapartida, fato que constitui violação ao direito básico do consumidor a efetiva prevenção de danos patrimoniais, previsto no art. 6°, inciso VI, do CDC.

Por fim, saliente-se que o réu é responsável pelas ofertas e informações transmitidas pelos seus prepostos ou representantes autônomos, nos termos do art. 34 do Código de Defesa do Consumidor:

> Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

b) Da publicidade e oferta enganosa

Como visto, a San Internet faz uso da prática de telemarketing para apresentar e ofertar os seus serviços, precipuamente como provedora de acesso à internet.

Ocorre que, à luz das melhores e mais atuais orientações doutrinárias, se confundem, hodiernamente, as figuras da oferta e da publicidade, de forma que não se pode afastar o caráter publicitário do recurso comercial utilizado pela ré.

A oferta, nesse sentido, não pode ser restrita a sua concepção clássica e engessada por requisitos específicos de existência. À luz da evolução doutrinária e jurisprudencial, tal acepção foi afastada, prevalecendo aquela mais adequada ao mercado de massa e ao direito consumerista, conforme ensina Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin:

> "**Oferta, em tal acepção, é sinônimo de marketing, significando todos os métodos, técnicas e instrumentos que aproximam o consumidor dos produtos e serviços colocados a sua disposição no mercado pelos fornecedores**. Qualquer uma dessas técnicas, desde que 'suficientemente precisa', pode transformar-se em veículo eficiente de oferta vinculante" (Grifou-se) (GRINOVER, Ada Pellegrini [et al]. **Código de Defesa do Consumidor: Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998 pág. 213).

Por esse viés, entende a doutrina que a publicidade, como técnica de apresentação coletiva de produtos e serviços, não se afasta das atividades abarcadas pelo conceito moderno de oferta:

> "Vê-se, então, que a oferta, nesse sentido moderno, abrange não apenas as técnicas de indução pessoal, como ainda outras mais coletivas e difusas, entre as quais estão as promoções de vendas e a **própria publicidade**." (Grifou-se) (Ibidem, pág. 213).

Portanto, fala-se, atualmente, em oferta publicitária:

> "Hoje, diversamente, **a melhor doutrina e jurisprudência reconhecem ser 'normal' que se reconheça à publicidade um 'valor contratual'**, mesmo que 'o documento publicitário precise que nada mais tem que um valor indicativo e que não se constitui em um documento contratual'" (Grifou-se) (Ibidem, pág. 212).

Nesse diapasão, o Código de Defesa do Consumidor manifesta clara aversão à publicidade enganosa, cujo conceito esclarece o art. 37, §1°, do CDC, *in verbis*:

> Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.
>
> § 1° **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.** (Grifou-se)

Pelo supracitado dispositivo legal, resta evidente que a conduta adotada pela San Internet constitui verdadeira publicidade enganosa, vez que os consumidores recebem ligação de operadores de telemarketing que os induzem a crer que o serviço de telecomunicações contratado seria prestado pela Oi Velox, quando, na verdade, trata-se de contrato firmado com o provedor réu, que, posteriormente, deixa de realizar o serviço ao qual aderiu o consumidor.

Ademais, o fornecedor tem também a obrigação de transmitir informações verídicas em suas ofertas:

> Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

O que se observa, por conseguinte, é o uso de argumentos falsos, repassados por oferta comercial

de caráter publicitário e destinados a transmitir informações inverídicas sobre um serviço, com o objetivo induzir sua contratação. Trata-se, por conseguinte, de conduta expressamente repudiada pelas regras e princípios que regem as relações de consumo.

c) Os danos materiais e morais causados aos consumidores considerados individualmente

Fica claro, após todo o exposto, que a conduta da ré é capaz de gerar danos aos consumidores individualmente considerados, sendo certo que, para que haja condenação em danos morais e materiais individuais, não é necessário que o autor da ação civil pública demonstre os danos individualmente sofridos pelos consumidores.

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

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

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

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

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

Conclui-se que o Código de Defesa do Consumidor exige que o autor da ação civil pública demonstre apenas a potencialidade lesiva da conduta perpetrada pela ré e, no caso em tela, inegável a possibilidade de sofrimento de prejuízos de ordem moral e material, por parte dos consumidores, em razão da conduta adotada por ela adotada, tendo em vista a enganosidade presente na oferta veiculada pela mesma, que leva os consumidores a pagar por serviço que acaba não sendo prestado.

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

d) Os danos morais e materiais causados aos consumidores considerados de forma coletiva

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

Em um primeiro momento, é importante frisar, com relação ao dano moral coletivo, a sua previsão expressa no nosso ordenamento jurídico nos art. 6°, incisos VI e VII do CDC:

> Art. 6º São direitos básicos do consumidor:
>
> VI - a efetiva proteção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;
>
> VII – o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

No mesmo sentido, o art. 1° da Lei n°. 7.347/85:

> Art. 1º Regem-se pelas disposições desta lei, sem prejuízo da ação popular, **as ações de responsabilidade por danos morais** e patrimoniais causados: (grifou-se).
> I – ao meio ambiente;
> II – ao consumidor;

III – a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;
IV – a qualquer outro interesse difuso ou coletivo;
V – por infração da ordem econômica e da economia popular;
VI – à ordem urbanística.

Assim, como afirma Leornado Roscoe Bessa, em artigo dedicado especificamente ao tema, "além de condenação pelos danos materiais causados ao meio ambiente, consumidor ou a qualquer outro interesse difuso ou coletivo, destacou, a nova redação do art. 1º, a responsabilidade por dano moral em decorrência de violação de tais direitos, tudo com o propósito de conferir-lhes proteção diferenciada".[1]

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

Tratamos, nesse momento, de uma nova gama de direitos, difusos e coletivos, necessitando-se, pois, de uma nova forma de sua tutela. E essa nova proteção, com base no art. 5º, inciso XXXV, da Constituição da República, se sobressai, sobretudo, no aspecto preventivo da lesão. Por isso, são cogentes meios idôneos a punir o comportamento que ofenda (ou ameace) direitos transindividuais.

[1] BESSA, Leonardo Roscoe. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.

Nas palavras do mesmo autor, "em face da exagerada simplicidade com que o tema foi tratado legalmente, a par da ausência de modelo teórico próprio e sedimentado para atender aos conflitos transindividuais, faz-se necessário construir soluções que vão se utilizar, a um só tempo, de algumas noções extraídas da responsabilidade civil, bem como de perspectiva própria do direito penal".[2]

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

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.".[3]

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.

---

[2] _____, Leonardo Roscoe. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.

[3] _____. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.

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

É 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, infligidos e apreendidos em dimensão coletiva" ou "modificação desvaliosa do espírito coletivo" (Xisto Tiago). Embora a afetação negativa do estado anímico (individual ou coletivo) possa ocorrer, em face das mais diversos meios de ofensa a direitos difusos e coletivos, a configuração do denominado *dano moral coletivo* é absolutamente independente desse pressuposto".[4]

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

As irregularidades perpetradas pela ré, conforme visto, violam o Código de Defesa do Consumidor. É necessário, pois, que o ordenamento

---

[4] _____. *Dano moral coletivo*. In Revista de Direito do Consumidor nº 59/2006.

jurídico crie sanções a essa atitude da ré, a par da cessação da prática, sendo esta a função do dano moral coletivo.

Nesse sentido a jurisprudência, do STJ E TJ -RJ, com o reconhecimento do dano moral coletivo:

> RECURSO ESPECIAL - AÇÃO CIVIL PÚBLICA - EMPRESA DE TELEFONIA - PLANO DE ADESÃO - LIG MIX - OMISSÃO DE INFORMAÇÕES RELEVANTES AOS CONSUMIDORES - DANO MORAL COLETIVO - RECONHECIMENTO - ARTIGO 6º, VI, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - PRECEDENTE DA TERCEIRA TURMA DESTA CORTE - OFENSA AOS DIREITOS ECONÔMICOS E MORAIS DOS CONSUMIDORES CONFIGURADA - DETERMINAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO JULGADO NO TOCANTE AOS DANOS MATERIAIS E MORAIS INDIVIDUAIS MEDIANTE REPOSIÇÃO DIRETA NAS CONTAS TELEFÔNICAS FUTURAS - DESNECESSÁRIOS PROCESSOS JUDICIAIS DE EXECUÇÃO INDIVIDUAL - CONDENAÇÃO POR DANOS MORAIS DIFUSOS, IGUALMENTE CONFIGURADOS, MEDIANTE DEPÓSITO NO FUNDO ESTADUAL ADEQUADO.
> 1.- **A indenização por danos morais aos consumidores, tanto de ordem individual quanto coletiva e difusa, tem seu fundamento no artigo 6º, inciso VI, do Código de Defesa do Consumidor**.
> 2.-Já realmente firmado que, não é qualquer atentado aos interesses dos consumidores que pode acarretar dano moral difuso. É preciso que o fato transgressor seja de razoável significância e desborde os limites da tolerabilidade. **Ele deve ser grave o suficiente para produzir verdadeiros sofrimentos, intranquilidade social e alterações relevantes na ordem extrapatrimonial coletiva**.
> Ocorrência, na espécie. (REsp. 1221756/RJ, Rel. Ministro MASSAMI UYEDA, TERCEIRA TURMA, julgado em 02/02/2012, DJe 10/02/2012).
> 3.- No presente caso, contudo restou exaustivamente comprovado nos autos que a condenação à composição dos danos morais teve relevância social, de modo que, o

julgamento repara a lesão causada pela conduta abusiva da ora Recorrente, ao oferecer plano de telefonia sem, entretanto, alertar os consumidores acerca das limitações ao uso na referida adesão. O Tribunal de origem bem delineou o abalo à integridade psico-física da coletividade na medida em que foram lesados valores fundamentais compartilhados pela sociedade.

4.- **Configurada ofensa à dignidade dos consumidores e aos interesses econômicos diante da inexistência de informação acerca do plano com redução de custo da assinatura básica**, ao lado da condenação por danos materiais de rigor moral ou levados a condenação à indenização por danos morais coletivos e difusos.

5.- Determinação de cumprimento da sentença da ação civil pública, no tocante à lesão aos participantes do "LIG-MIX", pelo período de duração dos acréscimos indevidos: a) por danos materiais, individuais por intermédio da devolução dos valores efetivamente cobrados em telefonemas interurbanos e a telefones celulares; b) por danos morais, individuais mediante o desconto de 5% em cada conta, já abatido o valor da devolução dos participantes de aludido plano, por período igual ao da duração da cobrança indevida em cada caso;

c) **por dano moral difuso mediante prestação ao Fundo de Reconstituição de Bens Lesados do Estado de Santa Catarina**; d) realização de levantamento técnico dos consumidores e valores e à operacionalização dos descontos de ambas as naturezas; e) informação dos descontos, a título de indenização por danos materiais e morais, nas contas telefônicas.

6.- Recurso Especial improvido, com determinação (n. 5 supra).

(REsp. 1291213/SC, Rel. Ministro SIDNEI BENETI, TERCEIRA TURMA, julgado em 30/08/2012, DJe 25/09/2012 – grifo nosso).

ADMINISTRATIVO - TRANSPORTE - PASSE LIVRE - IDOSOS - DANO MORAL COLETIVO - DESNECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO DA DOR E DE SOFRIMENTO - APLICAÇÃO EXCLUSIVA AO DANO MORAL INDIVIDUAL - CADASTRAMENTO DE IDOSOS PARA USUFRUTO DE DIREITO - ILEGALIDADE DA EXIGÊNCIA PELA EMPRESA

DE TRANSPORTE - ART. 39, § 1º DO ESTATUTO DO IDOSO - LEI 10741/2003 VIAÇÃO NÃO PREQUESTIONADO.

1. O dano moral coletivo, assim entendido o que é transindividual e atinge uma classe específica ou não de pessoas, é passível de comprovação pela presença de prejuízo à imagem e à moral coletiva dos indivíduos enquanto síntese das individualidades percebidas como segmento, derivado de uma mesma relação jurídica-base.

2. O dano extrapatrimonial coletivo prescinde da comprovação de dor, de sofrimento e de abalo psicológico, suscetíveis de apreciação na esfera do indivíduo, mas inaplicável aos interesses difusos e coletivos.

3. Na espécie, o dano coletivo apontado foi a submissão dos idosos a procedimento de cadastramento para o gozo do benefício do passe livre, cujo deslocamento foi custeado pelos interessados, quando o Estatuto do Idoso, art. 39, § 1º exige apenas a apresentação de documento de identidade.

4. Conduta da empresa de viação injurídica se considerado o sistema normativo.

5. Afastada a sanção pecuniária pelo Tribunal que considerou as circunstancias fáticas e probatória e restando sem prequestionamento o Estatuto do Idoso, mantém-se a decisão.

5. Recurso especial parcialmente provido.

(REsp. 1057274/RS, Rel. Ministra ELIANA CALMON, SEGUNDA TURMA, julgado em 01/12/2009, DJe 26/02/2010.

e) Os pressupostos para o deferimento da liminar

PRESENTES AINDA OS PRESSUPOSTOS PARA O DEFERIMENTO DE LIMINAR, quais sejam, o *fumus boni iuris* e o *periculum in mora*.

O *fumus boni iuris* encontra-se configurado, já que a ré vem desrespeitando a lei de defesa do consumidor, não só pela manutenção de prática que desrespeita o dever de informação pelos fornecedores de produtos e serviços, bem como por constituir verdadeira publicidade enganosa.

Tal pode ser aferido pela a análise do Inquérito Civil nº 1.214/2013, que contém reclamações que atestam a conduta abusiva em apreço.

O *periculum in mora* se prende à circunstância de que os prejuízos que vêm sendo causados são irreparáveis ou de difícil reparação, uma vez induzidos os consumidores a adquirirem os serviços da ré.

Diversos são os consumidores que continuam a ser lesados pelo esquema ilícito que subsiste nas vendas por telemarketing mantido pela San Internet, especialmente ao se considerar a ampla extensão do mercado explorado por ela explorado.

Ademais, por se tratarem de interesses individuais homogêneos, a reparação integral dos valores cobrados a mais pela ré se torna muito difícil, vez que é necessária a habilitação de cada lesado à execução, em eventual condenação da ré ao ressarcimento destes.

Desse modo, caso espere-se até a sentença da lide, novos consumidores serão lesados e, em muitos casos, não obterão o ressarcimento dos valores pagos injustamente, o que acentuará o enriquecimento sem causa experimentado pela ré.

DO PEDIDO LIMINAR

Ante o exposto o MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO ***requer*** **LIMINARMENTE E SEM A OITIVA DA PARTE CONTRÁRIA** que seja determinado *initio litis* à ré, sob pena de multa diária no valor de R$ 5.000,00 (cinco mil reais), por ocorrência:

i) que se abstenha, diretamente ou através de representantes autônomos, de se apresentar como a empresa Oi/Velox, ao prestar informações ou ultimar ofertas, publicidades ou contratações;

ii) que cancele, a pedido do consumidor, com a devolução integral e imediata dos valores pagos, todas as assinaturas com relação às quais não consiga comprovar a contratação livre e consciente do consumidor.

DOS PEDIDOS PRINCIPAIS

Requer, ainda, o Ministério Público:

a) que, após apreciado liminarmente e deferido, seja confirmado o pleito formulado em caráter liminar, para condenar a ré a, sob pena de multa diária no valor de R$ 5.000,00 (cinco mil reais), por ocorrência: i) se abster, diretamente ou através de representantes autônomos, de se apresentar como a empresa Oi/Velox, ao prestar informações ou ultimar ofertas, publicidades ou contratações; ii) a cancelar, a pedido do consumidor, com a devolução integral e imediata dos valores pagos, todas as assinaturas com relação às quais não consiga comprovar a contratação livre e consciente do consumidor.

b) que seja a ré condenada a indenizar, da forma mais ampla e completa possível, os danos materiais e morais de que tenha padecido o consumidor, individualmente considerado, em virtude dos fatos narrados, a serem apurados em liquidação;

c) seja a ré condenada ao pagamento, a título de dano moral coletivo, do valor mínimo de R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), corrigidos e acrescidos de juros, cujo valor reverterá ao Fundo de Reconstituição de Bens Lesados, mencionado no art. 13 da Lei n° 7.347/85;

d) sejam publicados os editais a que se refere o art. 94 do CDC;

e) a citação da ré para que, querendo, apresentem contestação, sob pena de revelia;

f) seja a ré condenada ao pagamento de todos os ônus de sucumbência, incluindo os *honorários advocatícios*.

Protesta, ainda, o Ministério Público, nos termos do art. 332 do Código de Processo Civil, pela produção de todas as provas em direito admissíveis, notadamente a pericial, a documental, bem como depoimento pessoal da ré, sob pena de confissão, sem prejuízo da inversão do ônus da prova previsto no art. 6°, VIII, do Código de Defesa do Consumidor.

Dá-se a esta causa, por força do disposto no art. 258 do Código de Processo Civil, o valor de R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

Rio de Janeiro, 02 de dezembro de 2014.

Julio Machado Teixeira Costa
Promotor de Justiça
Mat. 2099