MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESPÍRITO SANTO
35ª Promotoria de Justiça Cível de Vitória
Rua Raulino Gonçalves nº190, nº 200, Enseada do Suá, Vitória/ES. CEP: 29.050-405
Tel: (27)3145-5000

TERMO DE AJUSTAMENTO DE CONDUTA

O **MINISTÉRIO PÚBLICO ESTADUAL** através da 35ª Promotoria de Justiça Cível de Vitória, representada pela Promotora de Justiça Dra. Giselle de Albernaz Meira Mafra, de um lado; e de outro a GMFS COMÉRCIO DE VEÍCULOS LTDA, CNPJ: 25.217.002/0001-68, representada por [redacted] inscrito na [redacted], por procuração; nos termos que autorizam o artigo 129, III da Constituição Federal, os artigos 81 e 82, ambos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, e o artigo 6º, do Decreto Federal n.º 2.181/98, e,

CONSIDERANDO a celebração do Termo de Ajustamento de Conduta envolvendo vários Ministérios Públicos do País e todas as importadoras e montadoras que atuam no mercado nacional, no dia 30 de agosto do ano de 2010, com vistas a garantir o direito á informação adequada e clara sobre características, quantidade, qualidade e preços de veículos automotores ofertados por meio de publicidade;

CONSIDERANDO a necessidade de incluir as propagandas divulgadas no Estado do Espírito Santo neste padrão e assim resguarda os direitos dos consumidores capixabas;

CONSIDERANDO que o §6º, do artigo 5º, da Lei 7.347/85 dispõe sobre a possibilidade de ser tomado o compromisso de ajustamento de conduta às exigências legais, mediante cominações, com eficácia de titulo executivo extrajudicial;

CONSIDERANDO que o Termo de Ajustamento de Conduta é garantia mínima, não limite máximo de responsabilidade;

CONSIDERANDO que o consumidor tem direito a informação adequada e clara sobre características, quantidade, qualidade e preços de veículos automotores ofertados através de publicidade em quaisquer das mídias, já tendo

Giselle de Albernaz Meira Mafra
Promotora de Justiça - MP-ES

outras concessionárias situadas neste Estado firmado Termo de Ajustamento de Conduta de igual teor.

RESOLVEM:

Celebrar o presente **TERMO E AJUSTAMENTO DE CONDUTA** mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – A COMPROMISSÁRIA estará sujeitas às regras do presente Termo de Ajustamento de Conduta a partir de 1º de abril de 2017.

I- DA PUBLICIDADE EM MEIOS IMPRESSOS.

CLÁUSULA SEGUNDA – A publicidade veiculada em meio impresso e que fizer referência a preço, ou seja, valores deverão utilizar caracteres que facilitem a percepção da informação, considerada a distância normal de visualização do consumidor; não expor preços com cores das letras e do fundo idênticas ou semelhantes, bem como caracteres apagados, rasurados ou borrados, observando o principio da legibilidade;

§1º. Considerando que a infinidade de fontes disponíveis torna imprecisa a aplicação de regra dos artigos 54, §3º, c/c 30, ambos do CDC, define-se, para todos os fins deste TAC, como parâmetro mínimo a ser utilizado nas publicidades impressas, o seguinte:

1. **Altura-x ou linha média:** mínimo de 1,4mm (distância entre a linha de base e o topo das letras minúsculas, sem ascendentes).
2. **Caracteres:** máximo de 90 (noventa) a cada 10 (dez) centímetros de linha de texto no sentido horizontal;
3. **Entrelinhas:** mínimo de 2,25 vezes a altura-x (distância entre a linha base de uma linha e a linha base das demais), que corresponde ao mínimo de 3,15mm.
4. Os caracteres não podem ser condensados ou ter o espacejamento entre letras reduzido, a ponto de se encostarem uma nas outras, salvo em caracteres unidos por ligaduras, como fi e fl, por exemplo;

Cisenando Alberto Moreira Motta
Promotor de Justiça - MP-ES

A tipografia deve estar predominante no estilo ***regular,*** sendo que ***bold*** (ou **negrito)** deve ser utilizado somente em palavras ou frases pontuais, ou seja, as que venham a chamar a atenção do consumidor, ou seja, que venham chamar a atenção do consumidor.

§2º. Quando o pagamento não for à vista, ou seja, que importam outorga de crédito ou concessão de financiamento, a publicidade veiculada em meio impresso deverá informar, expressamente, o valor de entrada, número, periodicidade e o valor das parcelas mensais eventuais intermediarias, preço final dos veículos (com e sem financiamento), taxa de juros, custo efetivo total, eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento;

§3º. Ainda no caso de pagamento a prazo, as informações quanto ao preço final do veículo (com e sem financiamento), taxa de juros, custo efetivo total, eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento parcelado ou parcelamento poderão fazer parte apenas do "texto legal".

§4º. Quando o valor do frete não compuser o preço dos veículos, tanto nos casos de pagamento à vista quanto a prazo, deverá ele ser informado na publicidade. Poderá, contudo, o valor constar apenas no texto legal, desde que a informação da existência deste custo esteja contígua ao preço ou à fotografia do anúncio, através da expressão "mais frete", observando-se o parâmetro mínimo.

§5º. O texto legal poderá ser redigido em tamanho inferior ao parâmetro mínimo, desde que resguardado o principio da legibilidade. Todavia, quanto às disposições que integrarão o futuro contrato, referidas no parágrafo segundo, ou aquelas que representem limitações ao direito do consumidor, ou seja, prazo de validade da oferta, número de veículos a que se refere a oferta e ano/modelo de fabricação do veículo, a fonte não poderá ser menor que o parâmetro mínimo.

§6º. A referência a preço, no corpo do anúncio, deverá constar em local contiguo á fotografia ou imagem, ou seja, física ou visualmente ligada ao produto a que se refere, sem nenhum embaraço físico ou visual interposto.

§7º. A exposição de preços com cores das letras e do fundo idênticas ou semelhantes, bem como caracteres apagados, rasurados ou borrados será aferida pela análise da arte final.

§8º. Ao adotar-se a utilização do parâmetro mínimo, quando há referencia a preço ou restrições à oferta, considera-se cumprida a condição se a informação já consta na oferta em tamanho maior ou igual ao parâmetro mínimo, caso em que no texto legal, a mesma informação, se repetida, poderá ser redigida em tamanho menor, resguardando o principio da legibilidade.

§9º. Em se tratando de veículo usado em anúncio de classificados de linha, o anunciante deverá optar entre as seguintes alternativas:

1. Ressaltar as condições do veículo, contendo no mínimo ano e modelo;
2. Condições do veículo, contendo, no mínimo, ano, modelo e preço a vista;
3. Havendo financiamento, deverá informar além do preço à vista, o número e valor das prestações, bem como a taxa mensal de juros.

CLÁUSULA TERCEIRA - Nas publicidades veiculadas por meio impresso, a COMPROMISSÁRIA poderá utilizar fotografia, desenho ou qualquer espécie de representação gráfica do produto, desde que correspondam ao preço ou às características informadas. Se isto não possível, a foto deverá ser a mais próxima do modelo anunciado, respeitando o número de portas do veículo, devendo estar informadas, no texto legal, demais características externas que não correspondam à foto publicada. Ademais, deverá ser inserida a expressão "foto ilustrativa", respeitado o parâmetro mínimo do anúncio.

§ 1º. Em se tratando de oferta de veículo usado, deverão ser observados os mesmos parâmetros estabelecidos no *caput* da cláusula 3º.

§ 2º. A expressão "a partir de" ou similar, somente poderá ser utilizada se cumpridos os requisitos do caput.

Giselle Ribeiro Moro Major
Promotora de Justiça

II- DA PUBLICIDADE EM RÁDIO E TELEVISÃO

CLÁUSULA QUARTA - Diante das peculiaridades do rádio e da televisão, a publicidade nesses meios deverá observar guardados os princípios da clareza, precisão e ostensividade, no mínimo, as seguintes regras:

4.1 Para publicidade na televisão:

I- Quando o pagamento não for à vista, ou seja, que importar outorga de crédito ou concessão de financiamento, a publicidade veiculada em televisão deverá informar o valor de entrada, número, periodicidade, valor das parcelas mensais e eventuais intermediárias, taxa de juros e quando o frete não estiver incluído no preço, utilizar a expressão "mais frete".

II- Na televisão, se não houver correspondência do preço com a imagem do veículo, deverá ser informado, com o mesmo destaque, que "este veículo possui versões a partir de R$".

III- Nas publicidades televisivas envolvendo imagens de mais de um veículo, com referência a preço, as informações previstas no inciso I deverão ser prestadas, admitindo-se a dispensa da simultaneidade das informações com a projeção das imagens, em virtude do dinamismo próprio da natureza desta mídia, considerando-se o conjunto das informações apresentadas, sejam elas escritas ou faladas, podendo uma complementar a outra.

4.2 Para publicidade no rádio:

I - Quando o pagamento não for à vista, ou seja, que importar outorga de crédito ou concessão de financiamento, a publicidade veiculada em rádio deverá informar no mínimo a quantidade de parcelas, desde que acrescente ao texto falado a expressão "consulte as condições de financiamento".

III- DA PUBLICIDADE NA INTERNET

CLÁUSULA QUINTA - Diante das características da internet, a publicidade nessa mídia deverá observar em tudo o que coube, para mídia impressa e televisiva, conforme o caso, com exceção do parâmetro mínimo.

IV- DAS CONDIÇÕES GERAIS

CLÁUSULA SEXTA- É defeso constar na publicidade que as promoções, taxas e preços proporcionais podem sofrer alteração sem aviso prévio haja vista que a publicidade veiculada obriga o fornecedor a cumpri-la e integra o contrato que vier a ser celebrado, na forma do art. 30 do CDC, excetuadas as hipóteses previstas em lei, sob pena de caracterizar cláusula abusiva, na forma prevista no art. 51, inc. XI, do CDC.

Parágrafo Único: A **COMPROMISSÁRIA** poderá estipular prazo de validade de oferta, seja por data certa ou pela expressão "enquanto durar o estoque". Neste último caso, deverá ser informada a quantidade de produtos em estoque.

CLÁUSULA SÉTIMA- É permitido o uso de determinadas expressões em língua estrangeira de uso cotidiano, como são exemplos: "air bag", "ABS", "break light", "test drive", etc.

CLÁUSULA OITAVA- A não observância do previsto em qualquer das cláusulas ajustadas caracterizará infração ao presente Termo de Ajuste de Conduta, sujeitando-se a **COMPROMISSÁRIA** à imposição de multa para cada campanha publicitária irregular no montante correspondente à 30% (trinta por cento) do custo da respectiva campanha, observando o limite mínimo de R$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais) e máximo de R$3.000,00 (três mil reais), para cada campanha que infringir este Termo de Ajuste de Conduta.

Parágrafo Único: Em caso de reincidência o cálculo será acrescido de 50% (cinquenta por cento) a cada uma delas até o limite do seu triplo.

CLÁUSULA NONA- Para a execução da multa estabelecida na cláusula anterior é suficiente que fique comprovado o descumprimento a qualquer das cláusulas ajustadas, em processo administrativo instaurado pelo MP, assegurado o direito de defesa. Os valores arrecadados serão destinados ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor, pela Lei Complementar Estadual nº 82/1996.

CLÁUSULA DÉCIMA- O presente Termo de Ajustamento de Conduta produzirá efeitos apenas em relação às publicidades da **COMPROMISSÁRIA,** que não será

Giselle de Almeida Melo Mafra
Promotora de Justiça - MP-ES

responsabilizada por publicidades promovidas exclusivamente pelas montadoras e importadoras de veículos, atuando em nome próprio.

O presente Termo de Ajustamento de Conduta entra em vigor na data de sua assinatura, sendo exigível de acordo com a **CLAÚSULA PRIMEIRA.**

E, por estarem assim comprometidos, firmam este termo em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, que terá eficácia de título executivo extrajudicial.

Vitória/ES, 10 de março de 2017.

[redacted]

REPRESENTANTE LEGAL
GMFS COMÉRCIO DE VEÍCULOS LTDA
CNPJ: 25.217.002/0001-68

GISELLE DE ALBERNAZ MEIRA MAFRA
PROMOTORA DE JUSTIÇA