



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---



**EMENTA: APELAÇÃO – AÇÃO ANULATÓRIA DE MULTA ADMINISTRATIVA – PROCON ESTADUAL – IMPUTAÇÃO DA VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA ENGANOSA – AÇÃO PROMOCIONAL – SORTEIO DE PRÊMIOS – PARTICIPAÇÃO POR INTERMÉDIO DE CADASTRAMENTO ELETRÔNICO DE PRODUTOS ADQUIRIDOS – LIMITAÇÃO DE ACESSO A DETERMINADOS PRODUTOS DO PORTFÓLIO COMERCIALIZADO – ALEGAÇÃO DE OMISSÃO PREJUDICIAL À RELAÇÃO DE CONSUMO – NÃO CONFIGURAÇÃO – EXPRESSA CONSIGNAÇÃO ESCRITA DAS REGRAS DE ELEIÇÃO NO ÂMBITO DA AÇÃO PROMOCIONAL – ILEGALIDADE NÃO CONFIGURADA – EXAÇÃO ANULADA – RECURSO PROVIDO**

- A configuração da prática de propaganda enganosa impescinde da consignação de informação falsa ou de omissão dirigida ao engodo, ou seja, à subtração de dado elementar cujo conhecimento demoveria o consumidor da intenção de compra.

- Na medida em que explícita no texto explicativo inserido na ação promocional a ressalva quanto à limitação dos produtos elegíveis à participação no sorteio, não se mostra configurada a natureza enganosa da propaganda e, conseqüentemente, a ilegalidade administrativamente sancionada.

- Recurso provido.

**V.V.P. EMENTA: APELAÇÃO – AÇÃO PELO RITO ORDINÁRIO – ESTADO DE MINAS GERAIS – NESTLÉ BRASIL S.A. – PROMOÇÃO UM MILHÃO NA MESA – ATUAÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO ESTADUAL JUNTO AO PROCON – DEFESA DE DIREITO DO CONSUMIDOR – LEGITIMIDADE DO PARQUET ESTADUAL – IMPOSIÇÃO DE MULTA PELO PROCON ESTADUAL – POSSIBILIDADE – AUSÊNCIA DE NULIDADE NO PROCESSO ADMINISTRATIVO EM RAZÃO DA OBSERVÂNCIA DO DEVIDO PROCESSO LEGAL – VEICULAÇÃO DE PROMOÇÃO ENGANOSA – CARACTERIZAÇÃO – VALOR DA PENALIDADE PECUNIÁRIA - NECESSIDADE DE OBSERVÂNCIA AOS PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE – REDUÇÃO – DEFERIMENTO – RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.**

**1 - O Ministério Público de Minas Gerais tem legitimidade para aplicar multa decorrente de processo administrativo instaurado pelo PROCON, por intermédio da Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor.**

**2 - Regularmente instaurado o Processo Administrativo, com a intimação da parte para apresentação de defesa e provas, oportunizando a manifestação em todas as etapas, não há que se falar em violação aos princípios do contraditório, ampla defesa e devido processo legal.**

---



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

**3 - A aplicação de penalidade decorrente do exercício do poder de polícia deve pautar-se nos princípios constitucionais da razoabilidade e da proporcionalidade.**

**3- Restando demonstrado nos autos que a penalidade aplicada decorreu de infração relatada por apenas uma consumidora, sem maiores prejuízos à coletividade, não havendo prova ainda de qualquer vantagem econômica auferida pela empresa, constata-se que o valor arbitrado revela-se excessivo, sendo cabível a redução da penalidade aplicada.**

**4 – Recurso parcialmente provido.**

APELAÇÃO CÍVEL Nº 1.0000.20.531727-4/001 - COMARCA DE BELO HORIZONTE - APELANTE(S): NESTLE BRASIL LTDA. - APELADO(A)(S): ESTADO DE MINAS GERAIS

## ACÓRDÃO

Vistos etc., acorda, em Turma, a 6ª CÂMARA CÍVEL do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, na conformidade da ata dos julgamentos, em DAR PROVIMENTO AO RECURSO, VENCIDA PARCIALMENTE A RELATORA.

DESA. SANDRA FONSECA  
RELATORA.



**DESA. SANDRA FONSECA (RELATORA)**

V O T O

Trata-se de recurso de apelação interposto contra a sentença (doc. nº. 145), proferida nos autos da AÇÃO DE RITO ORDINÁRIO, ajuizada por NESTLÉ BRASIL S.A. em face do ESTADO DE MINAS GERAIS, que revogou a tutela proferida (doc. nº. 51), que suspendia a exigibilidade do crédito e impedia a parte ré, ora apelada, de inscrever a parte autora, ora apelante, em dívida ativa; julgou improcedentes os pedidos iniciais formulados pela ora apelante, de anulação da multa aplicada pelo PROCON/MG no importe de R\$ 7.872.257,76 (sete milhões, oitocentos e setenta e dois mil, duzentos e cinquenta e sete reais e setenta e seis centavos), e a condenou ao pagamento das custas e despesas processuais, bem como dos honorários advocatícios, arbitrados em 10% (dez por cento) do valor da causa, nos termos do art. 85, §§ 2º e 3º do CPC.

Inconformada, a NESTLÉ BRASIL S.A. interpôs apelação (doc. nº. 152), argumentando, em síntese, que a ação se amparou em três fundamentos, em seu entendimento, cada um suficiente para afastar a multa cominada pelo PROCON: (1) suposta violação ao princípio do devido processo legal, por desrespeito ao princípio da ampla defesa e do contraditório no processo administrativo nº. 0024.13.000872-5; (2) a conduta praticada pela apelante não teria sido abusiva, visto que observara estritamente os ditames do CDC – Código de Defesa do Consumidor e das normas que regem promoções e publicidades; e (3) excessividade da multa aplicada, uma vez que a apelante defende que não teria havido conduta ilícita e, também, não foram observados os parâmetros legais para o seu cálculo.



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

Sustenta a ilegalidade da multa aplicada, pois considera que não lhe fora dada a oportunidade de instrução probatória do feito na via administrativa.

Entende, em síntese, que o PROCON não teria competência para exercer poder de polícia administrativo, em função de suas atribuições constitucionais. Alega a violação dos princípios constitucionais do devido processo legal e da separação de poderes, pois vislumbra que, em Minas Gerais, o PROCON concentra em sua estrutura o poder de polícia típico do PROCON, porém, com as atribuições e prerrogativas do Ministério Público.

Aduz a nulidade do processo administrativo que culminou na aplicação da multa, por acreditar que houve violação ao devido processo legal, fundamentada no fato de não lhe ter sido oportunizada a possibilidade de alegações finais e produção de provas antes do julgamento administrativo que deflagrou a aplicação da indigitada multa.

Assevera que o MPMG – Ministério Público do Estado de Minas Gerais utilizou-se de procedimento atécnico quando determinou o arquivamento do procedimento preparatório por ele conduzido e instaurou processo administrativo no PROCON-MG.

Narra a ausência de prática ilícita e a legalidade da propaganda veiculada, pois considera que a promoção tinha uma mecânica muito simples e clara, que evitava qualquer equívoco, consistente no envio de um código de dez dígitos iniciados pelas letras M ou N, localizado nas embalagens de produtos Nestlé ou Garoto, por SMS ou pelo cadastramento no site da própria promoção na internet.

Argui que todo o material de divulgação da promoção explicitava que os produtos participantes eram apenas aqueles, da Nestlé ou da Garoto, que contivessem um código de dez dígitos iniciado pelas letras M ou N. Por conseguinte, essa seria a condição essencial para



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

participação na promoção. Assim, antes de comprar o produto, bastaria o cliente analisar a embalagem para verificação da existência de algum código que começasse com as letras M ou N.

Adverte, ainda, que todo o material de divulgação mostrava como funcionava a promoção e que na embalagem dos produtos participantes constava a informação sobre as condições para participação na promoção, em especial, de que o consumidor deveria procurar na embalagem o código com a letra N ou M.

Pontua que se trata de mecânica bastante simples e amplamente conhecida da população, na medida em que vem sendo utilizada por diversas empresas, sendo que a própria Autora utilizou sistemática semelhante por mais de 13 vezes desde o ano de 2009, que, frise-se, foi devidamente autorizada pelos órgãos do governo, de acordo com a legislação vigente, conforme comprovado pelo regulamento e pelo depoimento da testemunha, Sr. Antônio, que aduziu em seu depoimento (doc. nº. 113) que “a promoção foi autorizada pela SUSEP e fomos nós que redigimos o regulamento e cuidamos do processo de autorização”.

Indica que no site da referida promoção na internet [<http://www.promonestle.com.br/>] era possível verificar todo o regulamento, instruções da forma de participação e lista completa de produtos não participantes, de modo a esclarecer todas as dúvidas dos participantes. Além disso, a Nestlé disponibilizava acessos gratuitos por telefone ao Serviço Nestlé ao Consumidor.

Conclui que, contrariamente ao consignado em sentença, em nenhum momento ficou evidenciado que “qualquer produto Nestlé” participaria da promoção. Além disso, o material publicitário continha a informação de que os produtos destinados a lactantes (por conta do quanto disposto na Lei nº 11.265, de 2006) não poderiam fazer parte



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

da promoção bem como que a lista de produtos não participantes estaria disponível no site da empresa.

Complementa que foram excluídos apenas determinados produtos que (i) por ordem legal não poderiam participar [como produtos destinados a lactantes – Lei nº. 11.265, de 2006]; e (ii) apresentavam limitações de ordem técnica, já que era inviável, por conta do tipo da embalagem do produto, a inserção do código promocional em seus rótulos. E que, contrariamente ao consignado em sentença, todos os produtos constantes nas artes das peças promocionais participaram da promoção, inclusive o caldo Maggi, desde que o presente o código iniciado pelas letras M e N no código do produto.

Destaca que o único produto da linha caldo Maggi que não participou da promoção foi a caixa promocional “leve 6 pague 5”, em decorrência de impossibilidade técnica de inserção do código na embalagem do produto, que foi justamente o objeto da única reclamação que levou o PROCON/MG a condenar a Nestlé a uma multa de quase 8 (oito) milhões de reais.

Consta que os produtos não incluídos na promoção, como aquele indicado na única reclamação que originou o processo administrativo, estavam listados na relação de produtos não participantes disponibilizada no site da empresa. Em momento algum, portanto, foi indicado nos panfletos da promoção foto de produto não participante ou que induzisse o consumidor a concluir que todos os produtos participariam da promoção.

Afirma que foram respeitados os deveres de informação e o princípio da transparência, dispostos nos arts. 4º e 6º, II, do CDC – Código de Defesa do Consumidor.

Impugna o valor da multa, que considera desproporcional, irrazoável, exorbitante e confiscatória. Fundamenta que o valor



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

utilizado da UFIR para o cálculo do teto da multa, nos termos do art. 57 do CDC, não está correto. Aponta que a UFIR foi extinta pela Medida Provisória nº 2096, de 2000, sendo que seu último valor apurado foi de 1,0641, em outubro de 2000.

Insurge-se contra a sentença, que entendeu que deveria atualizar a UFIR pela tabela de correção monetária do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais. Propõe a utilização do IPCA-e para cálculo do valor de UFIR e, conseqüentemente, para mensuração dos valores das multas previstas no CDC, com fundamento no Despacho nº 571, de 2011 do Ministro da Justiça.

Adverte que, corroborando com os dados apontados, no sentido de que os parâmetros para aplicação da multa foram equivocados, em 2016, a SENACON – Secretaria Nacional do Consumidor disciplinou a aplicação de sanções administrativas, no âmbito do Ministério da Justiça. O art. 12 da Portaria nº 7, de 2016, estabelece que a pena de multa deverá levar em conta, sempre que possível, a quantidade de consumidores afetados e o período de duração da infração.

Reitera que a sanção aplicada pelo PROCON levou em consideração a reclamação de uma única consumidora, que aduziu ter adquirido um produto que não possuía o código de participação na promoção.

Acrescenta que a apelante foi considerada empresa de grande porte e, por isso, utilizou-se como referência para a majoração da multa o fator 5.000 (doc. nº. 14). No entanto, defende que tal referência extrapola a razoabilidade, visto que a Portaria nº. 7 de 2016 do SENACON fixa em 100 o fator de multiplicação para a aplicação de multas à empresas de grande porte.

Reivindica a redução da multa, caso não se entenda pela sua minoração de acordo com os parâmetros legais expostos.



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

Requer o recebimento do presente recurso no efeito suspensivo, com o aceite da renovação do seguro garantia, apólice nº 017412020000107750007159, no valor de R\$ 15.456.651,40 (valor atualizado da dívida acrescido de 30%), cuja vigência terá início no dia 14.7.2020 (data de término da vigência da primeira apólice ofertada) e término em 14.7.2025. Pleiteia a manutenção da inexigibilidade do débito em razão da existência de seguro suficiente para garantia do valor discutido até o desfecho da demanda e a procedência do presente recurso para anulação da multa aplicada pelo PROCON/MPMG.

Em seguida, o ESTADO DE MINAS GERAIS narra a ocorrência de sinistro da apólice nº. 059912015005107750009008000001, emitida pela seguradora SWISS RE CORPORATE SOLUTIONS BRASIL SEGUROS S/A (CNPJ 72.145.931/0001-99), a qual se encontra obrigada a realizar o depósito judicial integral do valor segurado, em até 10 (dez) dias da sua intimação, medida desde já requerida e que aguarda seja deferida. (doc. nº. 157), argumento com o qual recusa a aceitação de nova apólice e reclama o depósito judicial integral do valor segurado, em até 10 (dez) dias da sua intimação, juntando o comprovante nestes autos.

Ato contínuo, o ESTADO DE MINAS GERAIS, apresentou contrarrazões (doc. nº. 158) nas quais, em síntese, anseia que a sentença (doc. nº. 145) seja mantida por seus próprios fundamentos.

Sustenta a competência do PROCON Estadual para a imposição de multa e rechaça o argumento aduzido em sede de inovação recursal, prática expressamente vedada pelo art. 1.013, §1º do CPC – Código de Processo Civil.

Aduz que o processo administrativo observou os princípios do contraditório e da ampla defesa. Assevera que o feito administrativo de nº. 0024.13.000872-5 teve tramitação regular, razão pela qual não





Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

haveria que se falar em nulidade, visto que a apelante teria sido notificada de todos os atos processuais, sendo-lhe oportunizado o exercício de ampla defesa.

Argui que competia à apelante, em sua defesa (impugnação administrativa), juntar documentos e requerer as diligências e perícias que entendesse necessárias à elucidação da matéria objeto do processo, conforme determinam o art. 38 da Lei nº. 9.874 e o art. 44, IV do Decreto Federal nº. 2.181/97.

Pontua que, ante a inexistência de dilação probatória após a apresentação da defesa, não subsiste o argumento da nulidade do processo administrativo por falta de intimação para alegações finais.

Argumenta que a apelante veiculou publicidade enganosa, por meio de oferta de promoção contendo informação falsa no que concerne à relação dos produtos que faziam parte da campanha promocional “UM MILHÃO NA MESA”.

Afirma que a propaganda veiculada deixava claro que “qualquer produto Nestlé” seria apto a autorizar a participação na promoção “um milhão na mesa”, não obstante alguns produtos tenham sido excluídos, notadamente o “caldo Maggi” – conforme a reclamação da consumidora estampada às fls. 05/08 do processo administrativo (doc. nº 11 – págs. 11/14 destes autos) -, muito embora a marca “MAGGI” esteja claramente exibida durante a publicidade encetada.

Destaca a vulnerabilidade do consumidor e a necessidade de que as informações e ele veiculadas sejam claras, corretas e precisas, de forma a possibilitar-lhe liberdades de escolha e de consentimento nas contratações, a teor do art. 6º, II, do Código de Defesa do Consumidor.

Acrescenta que a expressão utilizada na publicidade “compre um produto Nestlé” dá a entender que a compra de qualquer produto da autora permitiria ao interessado concorrer na aludida promoção.



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

Complementa com o exemplo que deu azo à instauração do presente feito: a consumidora Sra. Nilza Lima teria sido informada por um atendente da apelante que “(...) e que o caldo Maggi só não participa o ‘leve 6, pague 5’. Disse que a caixinha de 63g participa sim”.

Conclui pelo absurdo da situação ao argumento de que um mesmo produto, diferenciado apenas pelo tamanho da embalagem, estaria a provocar situações díspares, induzindo o consumidor a erro, uma vez que um permitiria a participação na promoção e o outro não.

Reivindica que, por se referir a um momento posterior à mensagem publicitária veiculada, o regulamento da campanha não seria um elemento capaz e descaracterizar a infração.

Reitera que, no âmbito do Direito do Consumidor, as informações veiculadas em qualquer meio publicitário integram a fase pré-contratual, considerada de máxima importância, uma vez que é nesse momento que as empresas buscam atrair a atenção dos consumidores, convencendo-os a adquirir determinado produto ou serviço.

Afirma que, a teor do art. 37, §§1º e 3º do Código de Defesa do Consumidor, enganosa é a publicidade que induza ou tenha a capacidade de induzir o consumidor em erro.

Adverte que é irrelevante, para fins de responsabilização administrativa, a ocorrência de dano e que a pena pecuniária poderá ser aplicada ao infrator de norma protetiva, em razão da presunção legal absoluta de lesão ou risco de lesão ao bem jurídico. E consta que as reclamações apresentadas ao PROCON demonstram indubitavelmente a existência de efetivo dano.

Requer seja mitigada a força probante das testemunhas arroladas pela apelante, ao argumento de que uma testemunha é sua a outra tem uma empresa especializada em regulamento de promoções e lhe presta serviço, detendo nítido interesse na demanda.



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

Ressalta que uma testemunha da apelante teria informado que ocorreram mais de cem mil reclamações referentes à promoção em tela (doc. nº. 113), o que reforçaria o caráter enganoso da publicidade veiculada.

Salienta que a fixação da multa se deu com base no trinômio (i) gravidade da infração, (ii) vantagem auferida e (iii) condição econômica do fornecedor, conforme determina o art. 57 do CDC – Código de Defesa do Consumidor.

Defende que a aplicação da multa tem por finalidade desestimular o comportamento que configura sua hipótese de incidência, sendo certo que constituiria uma sanção pela prática de um ato ilícito e, por isso, a penalidade pecuniária deveria ser um encargo relevante a desestimular o infrator a proceder novamente em desrespeito à norma legal.

Por fim, pleiteia seja negado provimento ao recurso, a fim de que a sentença seja integralmente mantida, com majoração de honorários, e, caso a questão ainda não tenha sido objeto de análise pelo juízo “a quo”, seja a seguradora SWISS RE CORPORATE SOLUTIONS BRASIL SEGUROS S/A (CNPJ 72.145.931/0001-99) intimada para depositar, em até 10 dias de sua intimação, o valor integral segurado.

Em seguida, a apelante informa (doc. nº. 161) que, imediatamente após a prolação da sentença (doc. nº. 145), apresentou a apólice de seguro-garantia (renovada em 13.5.2020), para substituir o seguro-garantia que estaria vigente até o dia 14.7.2020 (doc. nº. 148).

Destaca que precluiu a oportunidade para o Estado apelado se manifestar a respeito do seguro dos valores discutidos no feito, conforme determinação final da sentença, vez que transcorreu in albis o seu prazo.



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

Argui que, quando intimado para apresentar contrarrazões à apelação, o Estado de Minas Gerais alegou, em petição autônoma, que a Nestlé não teria observado o prazo de 90 (noventa) dias antes do término da vigência para renovação da apólice do seguro-garantia, e que, por essa razão, teria ocorrido o sinistro.

Em virtude do tanto, requereu (i) fosse determinada a intimação postal da seguradora para realizar o depósito judicial do valor segurado, (ii) fosse acolhida a recusa da nova apólice e (iii) que a suspensão da exigibilidade do crédito discutido fosse condicionada à efetiva realização do depósito judicial objeto do sinistro.

A empresa impugna as alegações do Estado ao argumento de que a renovação da apólice foi realizada de acordo com a legislação vigente, que estabelece que somente ocorrerá o sinistro, caso o seguro-garantia não seja renovado em até 60 (sessenta) dias antes do término da vigência. No caso dos autos, o seguro teria sido renovado no dia 13.5.2020 (doc. nº. 149, Pg. 3) e a vigência da apólice anterior terminou apenas no dia 14/7/2020, ou seja, a apólice teria sido renovada no prazo estabelecido pelo art. 10, inciso I, alínea "b", da Portaria da PGFN nº 164, de 2014.

Firma que até mesmo a atual Resolução da Advocacia Geral do Estado nº 17, de 2016 (que expressamente revogou a Resolução AGE nº 301, de 24 de abril de 2012), estabelece o prazo de 60 (sessenta) dias antes do vencimento para renovação da apólice de seguro-garantia.

Pondera que a medida requerida pelo Estado de Minas Gerais mostra-se exagerada uma vez que a nova apólice foi renovada em 13.5.2020 e apresentada nos autos antes mesmo do término da vigência, cumprindo com o propósito de continuar garantindo a integralidade da dívida até o desfecho da demanda, principalmente porque, foi emitida no valor de R\$ 15.456.651,40 (quinze milhões,



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

quatrocentos e cinquenta e seis mil, seiscentos e cinquenta e um reais e quarenta centavos) – que corresponde ao valor atualizado da multa administrativa acrescidos de 30%, nos termos do art. 835, § 2º, do CPC – e porque atendeu todos os requisitos do art. 47 da Resolução AGE nº 17, de 2016.

Postula seja indeferido o pedido do Estado de Minas Gerais em atenção aos princípios constitucionais da razoabilidade e proporcionalidade e, igualmente, pelo princípio da menor onerosidade, uma vez que o benefício do Estado seria muito pequeno se comparado ao prejuízo infringido a Nestlé, que seria exposta a uma liquidação antecipada da garantia, já que liquidado o seguro garantia, o valor depositado ficaria acautelado em juízo.

Clama pela manutenção da inexigibilidade do débito em face da regular renovação do seguro garantia para fins de garantia do débito inscrito em dívida ativa, visto que cumpre o propósito de continuar garantindo integralmente a dívida e por ser a medida suficiente para a suspensão da exigibilidade do débito até o desfecho da demanda.

Presentes os pressupostos objetivos e subjetivos de admissibilidade, conheço do recurso.

## I – DA COMPETÊNCIA DO PROCON PARA APLICAÇÃO DE MULTA ADMINISTRATIVA

1. Consta dos autos que o ESTADO DE MINAS GERAIS, por meio de seu PROCON, aplicou, em face da NESTLÉ BRASIL S.A., a multa administrativa no valor de R\$ 7.872.257,76 (sete milhões, oitocentos e setenta e dois mil, duzentos e cinquenta e sete reais e setenta e seis centavos), decorrente realização de publicidade enganosa, com fulcro no processo administrativo nº 0024.13.000872-5.



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

2. É cediço que o PROCON detém legitimidade para atuar as práticas abusivas às relações de consumo, sendo que no âmbito do Estado de Minas Gerais também foi atribuído ao PROCON estadual não só a fiscalização das regras consumeristas, nos termos dos arts. 105 e 106, incisos VIII e IX da Lei nº 8.078/90 – CDC – Código de Defesa do Consumidor e do Decreto nº 2.181/97, como também a aplicação das sanções administrativas definidas nas referidas legislações.

3. No mesmo sentido, o art. 55, §1º, do CDC legitima a atuação do PROCON em todo o território nacional, podendo a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarem, controlarem e aplicarem as sanções previstas nos artigos 55 e 60 do referido diploma legal, dentre elas, a teor do art. 56, I, do CDC, a de multa.

4. Conforme consta na Portaria nº MPMG-0024.11.006554-7 (doc. nº. 11), em 06/10/2011, foi instaurado o procedimento preparatório, para apurar reclamação consumerista, que, ao final do procedimento administrativo, culminou em aplicação de multa.

5. O Ministério Público de Minas Gerais tem legitimidade para aplicar multa decorrente de processo administrativo instaurado pelo PROCON, por intermédio da Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor. Esse é o entendimento deste Eg. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais:

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO ANULATÓRIA - PEDIDO DE ANULAÇÃO DE MULTAS APLICADAS PELO PROCON - ATUAÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO ESTADUAL JUNTO AO PROCON - DEFESA DE DIREITOS DO CONSUMIDOR - LEGITIMIDADE DO PARQUET ESTADUAL - DESCUMPRIMENTO DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA - OFENSA AO PRINCÍPIO DO NON BIS IN IDEM NÃO DEMONSTRADA - IRREGULARIDADE NOS PROCESSOS ADMINISTRATIVOS NÃO CONSTATADA - PRESUNÇÃO LEGITIMIDADE DOS ATOS

---

Fl. 14/33



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

ADMINISTRATIVOS NÃO AFASTADA -  
OBSERVÂNCIA AO DEVIDO PROCESSO LEGAL -  
VALOR DA MULTA - ADEQUAÇÃO - HONORÁRIOS  
SUCUMBENCIAIS - OBSERVÂNCIA AOS DITAMES  
DO ARTIGO 85, DO CPC - RECURSO PROVIDO EM  
PARTE

1. **O Superior Tribunal de Justiça já reconheceu a legitimidade da atuação do PROCON para investigar e aplicar penalidades a fornecedores, visando à tutela dos direitos dos consumidores.**

2. O Ministério Público de Minas Gerais tem legitimidade para aplicar multa decorrente de processo administrativo instaurado pelo PROCON, por intermédio da Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor.

3. Existindo infrações distintas aos direitos dos consumidores, ainda que relacionadas ao SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor, não há que se falar em ofensa ao princípio do non bis in idem.

4. Os atos administrativos gozam de presunção de legitimidade e veracidade, sendo necessária a prova cabal em contrário para afastar a dita presunção.

5. A desconstituição da validade da atuação do PROCON em sede judicial desafia a comprovação de ruptura às balizas legais que orientam o processo administrativo, não se admitindo a rediscussão de mérito do ato administrativo quando não evidenciada a ilegalidade do procedimento.

6. O novo Código de Processo Civil disciplina a fixação dos honorários sucumbenciais e estabelece, na hipótese em que a fazenda pública for parte, as faixas percentuais de acordo com o proveito econômico obtido.

6. Recurso conhecido e parcialmente provido. (TJMG - Apelação Cível 1.0000.17.009017-9/003, Relator(a): Des.(a) Corrêa Junior, 6ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 14/08/2018, publicação da súmula em 22/08/2018 – grifos nossos)

6. Assim, a penalidade aplicada pelo Ministério Público exercendo a função de PROCON Estadual tem por fundamento o suposto descumprimento de normas consumeristas, legitimando a atuação do Parquet estadual, nos termos do art. 56 do CDC e do art. 18 do Decreto nº 2.181/97.



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

## II – DA AUSÊNCIA DE NULIDADE NO PROCESSO ADMINISTRATIVO EM RAZÃO DA OBSERVÂNCIA DO DEVIDO PROCESSO LEGAL

7. Compulsando os autos, verifica-se que a apelante foi devidamente intimada em todos os eventos processuais (docs. 11 a 15), assim, competia à parte autora, em sua defesa (impugnação administrativa), juntar documentos e requerer as diligências e perícias que entendesse necessárias à elucidação da matéria objeto do processo, conforme determinam o art. 38 da Lei nº. 9.874 e o art. 44, IV do Decreto Federal nº. 2.181/97, razão pela qual não há que se falar em inobservância do contraditório e da ampla defesa.

8. Desta feita, regularmente instaurado o Processo Administrativo, com a intimação da empresa para apresentação de defesa e provas, oportunizando a manifestação em todas as etapas, não se configura a violação aos princípios do contraditório, ampla defesa e devido processo legal.

## III – DA PRÁTICA ILÍCITA DE PUBLICIDADE ENGANOSA

9. Nos termos da Portaria nº MPMG-0024.13.000.872-5 (doc. nº 11), foi instaurado procedimento para apurar a infração de publicidade enganosa por informação falsa no tocante à relação dos produtos que faziam parte da campanha promocional “UM MILHÃO NA MESA”, assim apontada:

“o fornecedor veiculou publicidade enganosa ofertando promoção contendo informação falsa, no tocante a relação dos produtos que faziam parte da campanha promocional “UM MILHÃO NA MESA” conforme demonstram os anexos publicitários acostados aos presentes autos”.





10. Por tal razão, foram ali registrados os seguintes dispositivos legais aplicáveis ao caso, relativos à publicidade enganosa:

**Lei nº 8.078/90**

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012)

IV - 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;

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.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

**Decreto nº 2.181/97**

Art. 14. É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, esmo por omissão, capaz de induzir a erro o consumidor a respeito da natureza, características,



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça

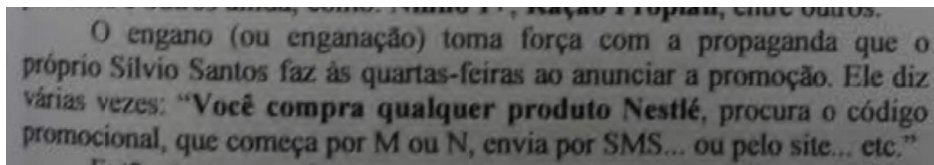


Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

qualidade, quantidade, propriedade, origem, preço e de quaisquer outros dados sobre produtos ou serviços.

11. Verifica-se que tal procedimento preparatório apurou a reclamação da consumidora Sra. Nilma Lima, que alegou, em síntese, que foi induzida a erro pela propaganda da promoção “UM MILHÃO NA MESA”, na qual o apresentador Sílvio Santos, do SBT – Sistema Brasileiro de Televisão, dizia várias vezes: “você compra qualquer produto Nestlé, procura o código promocional, que começa por M ou N, envia por SMS... ou pelo site... etc”. Confira o trecho do documento colacionado aos autos.



12. Para a citada consumidora, qualquer produto deveria se submeter à promoção. No entanto, conforme alegado na defesa, somente estavam inseridos na promoção aqueles com os códigos iniciados por M ou N, conforme peças publicitárias colacionadas no processo administrativo (docs. nº. 11 a 15).

13. Entretanto, a propaganda específica indicada pela consumidora, que deu início ao procedimento instaurado pelo PROCON, foi aquela levada a efeito pelo apresentador “Sílvio Santos” em rede de televisão.

14. A apelante, no doc. nº 172, apresenta a indicação e *prints* da propaganda e respectivo endereço eletrônico de consulta [https://www.youtube.com/watch?v=tjk6Ud\\_NU44](https://www.youtube.com/watch?v=tjk6Ud_NU44) que foi veiculada na rede de televisão, que expressamente indica “compre um produto nestlé”, sem mencionar qualquer restrição.



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

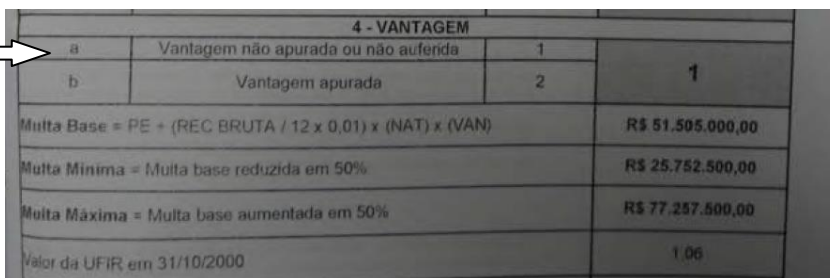
15. Verifica-se que a peça publicitária não restringe alguns produtos relacionados no regulamento, motivo pelo qual houve induzimento do consumidor a erro, não informando a empresa dados essenciais adequados à participação da promoção objurgada.

16. Assim, considerando que a propaganda audiovisual, divulgada pela internet e por rede televisiva, não guarda correlação entre a oferta pela apelante e o respectivo anúncio da promoção, há prática infrativa à legislação consumerista, ex vi do art. 6º, III e IV e art. 37, da Lei nº 8.078/90, o que conduz à aplicação da penalidade.

17. Com efeito, conquanto legítima a penalidade aplicada, o valor da multa administrativa condiciona-se à observância dos princípios da razoabilidade e proporcionalidade da penalidade.

18. Isso porque, a aplicação da multa está expressamente prevista nos artigos 56, inciso I, e 57, ambos do Código de Defesa do Consumidor, que estabelece a graduação da sanção de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, não podendo ser inferior a duzentas vezes o valor da UFIR, nem superior a três milhões de vezes o referido índice.

19. Ocorre que, embora a penalidade decorra de publicidade de peça publicitária referente à promoção levada a efeito pela apelante, não se tem notícia vantagem econômica auferida, o que inclusive foi ressaltado na planilha de cálculos do valor da penalidade (doc. nº 13, fls. 174):



Planilha de cálculos do valor da penalidade:

4 - VANTAGEM		
a	Vantagem não apurada ou não auferida	1
b	Vantagem apurada	2
Multa Base = PE + (REC BRUTA / 12 x 0,01) x (NAT) x (VAN)		R\$ 51.505.000,00
Multa Mínima = Multa base reduzida em 50%		R\$ 25.752.500,00
Multa Máxima = Multa base aumentada em 50%		R\$ 77.257.500,00
Valor da UFIR em 31/10/2000		1,06



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

20. De outro lado, registre-se que a penalidade foi aplicada a partir de processo administrativo instaurado com base em uma única reclamação promovida por apenas uma consumidora, a Sra. Nilza Lima.

21. Nesse contexto, com a devida vênia, a quantia arbitrada administrativamente revela-se desproporcional e desarrazoada, não observando a regra contida nos supramencionados dispositivos.

22. Desta forma, é de rigor a redução do valor da penalidade aplicada, para patamar condizente com as peculiaridades do caso concreto, observando-se o critério de razoabilidade.

23. A propósito, o entendimento deste Eg. TJMG e desta 6ª Câmara Cível:

EMENTA: AÇÃO ANULATÓRIA DE DÉBITO - MULTA ADMINISTRATIVA - CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA - ARTIGO 18 DO CDC - ADEQUAÇÃO DA QUANTIA FIXADA - SENTENÇA REFORMARADA EM PARTE.

1. De acordo com o artigo 18 do CDC, os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, não havendo que se falar em responsabilidade exclusiva do fabricante.

2. Não obstante tenha sido a multa aplicada conforme os parâmetros previstos na legislação específica, **verifica-se que o seu valor afronta o princípio da razoabilidade, havendo, por isso, motivos para a sua redução.**

3. Recurso provido em parte. (V. R. V. P.) (TJMG - Apelação Cível 1.0702.12.064328-4/002, Relator(a): Des.(a) Teresa Cristina da Cunha Peixoto, 8ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 15/12/2014, publicação da súmula em 03/02/2015, grifos nossos)

EMENTA: AÇÃO ANULATÓRIA -- SERVIÇO DE TELEFONIA- VÍCIO DO PRODUTO- NÃO SOLUÇÃO- MULTA APLICADA PELO PROCON DEVIDA- VALOR- RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE- REDISTRIBUIÇÃO DOS ÔNUS SUCUMBENCIAIS- SENTENÇA



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

PARCIALMENTE REFORMADA (TJMG - Ap  
Cível/Reex Necessário 1.0702.14.043963-0/001,  
Relator(a): Des.(a) Audebert Delage , 6ª CÂMARA  
CÍVEL, julgamento em 09/08/2016, publicação da  
súmula em 23/08/2016)

24. Com essas considerações, DOU PARCIAL PROVIMENTO  
AO RECURSO para reduzir a penalidade aplicada para o importe de  
R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

#### IV – DOS HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS SUCUMBENCIAIS

25. No que se refere aos honorários de sucumbência, figurando  
a Fazenda Pública como parte, os honorários devem ser arbitrados de  
acordo com o grau de zelo do profissional, do lugar de prestação do  
serviço, da natureza e a importância da causa e do o trabalho realizado  
pelo advogado e o tempo exigido para o seu serviço, atendidos os  
limites estabelecidos pelo § 3º do artigo 85 do CPC, segundo o valor  
da condenação, do proveito econômico auferido ou o valor atualizado  
da causa.

26. Outrossim, verifica-se, no caso, a ocorrência de  
sucumbência recíproca diante do acolhimento de pedido subsidiário da  
apelante, conforme entendimento do colendo Superior Tribunal de  
Justiça:

"PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO  
RECURSO ESPECIAL. EMBARGOS DE  
DECLARAÇÃO. CARÁTER PROTELATÓRIO.  
MULTA DO ART. 1.026, § 2º, DO CPC/2015.  
CABIMENTO. PEDIDOS SUCESSIVOS.  
PRETENSÃO PRINCIPAL. REJEIÇÃO. PEDIDO  
SUBSIDIÁRIO. ACOLHIMENTO. SUCUMBÊNCIA  
RECÍPROCA. RECONHECIMENTO. SÚMULA N. 83  
DO STJ. GRAU DE DECAIMENTO. VERIFICAÇÃO.  
IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA N. 7 DO STJ.  
DECISÃO MANTIDA.



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

(...) 2. Formulados na petição inicial pedidos cumulativos em ordem sucessiva, a improcedência do mais amplo, com o acolhimento do menos abrangente, caracteriza sucumbência recíproca. Precedentes.

3. A discussão a respeito da distribuição dos ônus sucumbenciais, com o objetivo de aferir o decaimento das partes, constitui pretensão que encontra óbice na Súmula 7 do STJ.

4. Agravo interno a que se nega provimento."

(Aglnt no REsp 1746210/PR, Rel. Ministro ANTONIO CARLOS FERREIRA, QUARTA TURMA, julgado em 27/05/2019, DJe 30/05/2019)

27. Por essa razão, condeno as partes ao pagamento das custas processuais, inclusive recursais, observado o disposto na Lei Estadual n. 14.939/2003; e dos honorários sucumbenciais correspondente a 10% (dez por cento) do valor atualizado da condenação (da multa ora fixada), devidos pela autora na proporção de 70% (setenta por cento) e pelo Estado/réu na proporção 30% (trinta por cento), vedada a compensação das verbas honorárias de sucumbência.

28. Registra-se que referido entendimento está em conformidade com o recente precedente firmado por esta 6ª Câmara Cível, sendo o Relator para o acórdão o Desembargador Edilson Olímpio Fernandes, em caso símile:

EMENTA: MULTA ADMINISTRATIVA. VALOR. RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE. GRAVIDADE DA INFRAÇÃO E VANTAGEM AUFERIDA. REDUÇÃO. POSSIBILIDADE. HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS. FAZENDA PÚBLICA. SUCUMBÊNCIA RECÍPROCA. Configurada a conduta abusiva do fornecedor, a dosimetria da pena de multa aplicada mediante procedimento administrativo deve ocorrer de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, nos termos do artigo 57 do CDC, bem como com os princípios da razoabilidade e proporcionalidade. Constatado no caso concreto que a penalidade fixada não observa



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

tais critérios, é devida a sua redução pelo Poder Judiciário. Figurando a Fazenda Pública como parte, os honorários devem ser arbitrados de acordo com o grau de zelo do profissional, do lugar de prestação do serviço, da natureza e a importância da causa e do o trabalho realizado pelo advogado e o tempo exigido para o seu serviço, atendidos os limites tarifados estabelecidos pelo § 3º do artigo 85 do CPC, segundo o valor da condenação, do proveito econômico auferido ou o valor atualizado da causa. Ocorre sucumbência recíproca diante do acolhimento do pedido subsidiário da apelante, o que impõe a distribuição proporcional dos ônus da sucumbência. (TJMG - Apelação Cível 1.0000.20.452861-6/001, Relator(a): Des.(a) Maria Luiza Santana Assunção(JD Convocada) , 6ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 04/05/0021, publicação da súmula em 10/05/2021)

**Conclusão:**

Com essas considerações, DOU PARCIAL PROVIMENTO AO RECURSO, para reduzir a penalidade aplicada para o importe de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

Considerando a apresentação de seguro-garantia em montante 30% (trinta por cento) superior à multa aplicada pelo PROCON, impõe-se a manutenção da suspensão da exigibilidade do crédito até o trânsito em julgado do feito, desde que a apólice esteja dentro de seu prazo de vigência.

Condeno as partes ao pagamento das custas processuais, inclusive recursais, observado o disposto na Lei Estadual n. 14.939/2003; e dos honorários sucumbenciais correspondente a 10% (dez por cento) do valor atualizado da condenação (da multa ora fixada), devidos pela autora na proporção de 70% (setenta por cento) e pelo Estado/réu na proporção 30% (trinta por cento), vedada a compensação das verbas honorárias de sucumbência

É como voto.

---

**DES. CORRÊA JUNIOR**

Fl. 23/33



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

**EMENTA: APELAÇÃO – AÇÃO ANULATÓRIA DE MULTA ADMINISTRATIVA – PROCON ESTADUAL – IMPUTAÇÃO DA VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA ENGANOSA – AÇÃO PROMOCIONAL – SORTEIO DE PRÊMIOS – PARTICIPAÇÃO POR INTERMÉDIO DE CADASTRAMENTO ELETRÔNICO DE PRODUTOS ADQUIRIDOS – LIMITAÇÃO DE ACESSO A DETERMINADOS PRODUTOS DO PORTFÓLIO COMERCIALIZADO – ALEGAÇÃO DE OMISSÃO PREJUDICIAL À RELAÇÃO DE CONSUMO – NÃO CONFIGURAÇÃO – EXPRESSA CONSIGNAÇÃO ESCRITA DAS REGRAS DE ELEIÇÃO NO ÂMBITO DA AÇÃO PROMOCIONAL – ILEGALIDADE NÃO CONFIGURADA – EXAÇÃO ANULADA – RECURSO PROVIDO**

- A configuração da prática de propaganda enganosa impescinde da consignaço de informaço falsa ou de omissõ dirigida ao engodo, ou seja, à subtraço de dado elementar cujo conhecimento demoveria o consumidor da intenço de compra.

- Na medida em que explícita no texto explicativo inserido na açõ promocional a ressalva quanto à limitaço dos produtos elegíveis à participaço no sorteio, não se mostra configurada a natureza enganosa da propaganda e, consequentemente, a ilegalidade administrativamente sancionada.

- Recurso provido.

Analisando as nuances de fato e de direito circundantes à controvérsia instaurada, dirijo em parte e respeitosamente do ilustrado voto de relatoria.

Cuida-se de açõ anulatória de penalidade administrativa de quase oito milhões de reais aplicada à recorrente pelo PROCON gerido pelo Ministério Público do Estado de Minas Gerais, em função da realizaço de propaganda considerada enganosa.

“In casu”, a partir da formalizaço da reclamaço de uma consumidora, a empresa autora foi condenada por ter difundido campanha promocional que indevidamente induziu consumidores ao erro, pois dava a entender que os adquirentes de todos os produtos da marca poderiam participar dos sorteios, mas, em verdade, somente a aquisiço de parte do portfólio da autora efetivamente outorgava o direito à participaço promocional.

No que pertine ao fundamento fático da apenaço, assim declinou a decisõ sancionatória:

O fato é que o material publicitário deixa evidente que “qualquer produto Nestlé” seria apto a autorizar a participaço na promoço Um milhão na mesa,





Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

confira-se o DVD acostado à fl. 37, contudo, tal não procede visto que foi excluído da mencionada promoção ao menos o "caldo Maggi", muito embora a marca "MAGGI" esteja sobejamente exibida durante publicidade encetada.

Na esfera administrativa recursal, as balizas fáticas foram estabelecidas nos seguintes moldes:

Da mídia publicitária veiculada através da emissora SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), juntada à fl. 39, consta a seguinte informação: "[...] Promoção Nestlé Um Milhão na Mesa. Compre um produto Nestlé e cadastre o código no *site* ou envie SMS. Se for sorteado, você e um acompanhante poderão participar do programa. Nestlé Um Milhão na Mesa. Uma virada emocionante na sua vida".

A expressão utilizada na publicidade "compre um produto Nestlé" dá a entender que a compra de qualquer produto da recorrente permite ao interessado concorrer na aludida promoção. Repita-se: qualquer produto.

A despeito de alguns dos meios publicitários utilizados pela empresa descreverem em seu bojo a mecânica da promoção com os passos a serem seguidos pelos interessados, fato é que nem todos eles possuíam essa informação. Assim, nesses casos, configurada está a enganosidade da publicidade.

Para agravar ainda mais o problema, as imagens de vários produtos são utilizadas na campanha publicitária, dentre elas, podemos citar como exemplo o caldo "Maggi". Só que nem todas as embalagens desse mesmo produto permitiam o consumidor participar da promoção. Nesse sentido, veja-se a informação prestada a sra. Nilma Lima pela atendente da recorrente (fl. 07): "[...] e que o caldo Maggi só não participa o 'leve 6, pague 5'. Disse que a caixinha de 63g participa sim".

Pois bem.

De início, adiro ao ilustrado voto de relatoria no concernente ao reconhecimento da legitimidade da ação fiscalizatória empreendida pelo "parquet", bem como no que toca à inexistência de ofensa ao devido processo legal no âmbito do correspondente processo administrativo.



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

Todavia, no que pertine ao mérito, não vislumbro a configuração da infração, o que outorga à apenação ora impugnada contornos de violação à legalidade.

Consonante positivado no artigo 37, §1º, do CDC, “*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*”.

Destarte, a configuração da infração impescinde da demonstração da falsidade ou da omissão dirigida ao engodo, ou seja, à subtração de informação elementar cujo conhecimento demoveria o consumidor da intenção de compra do produto ou do serviço.

E, no caso dos autos, com a renovada vênia devida ao entendimento em contrário externado, tenho que os elementos informativos escritos inseridos na divulgação promocional se afiguram suficientes para desnaturar a omissão asseverada.

Sobressai da formatação gráfica do prospecto veiculado, também transcrito na divulgação da promoção no comercial televisivo (vigésimo quinto segundo - [https://www.youtube.com/watch?v=tjk6Ud\\_NU44](https://www.youtube.com/watch?v=tjk6Ud_NU44)), que havia exceções à dinâmica de participação nos sorteios debatidos, atinentes à listagem de produtos elegíveis:

2. Saiba quais são os demais produtos não participantes da Promoção e leia o regulamento completo em [www.promonestle.com.br](http://www.promonestle.com.br).

Logo, na medida em que explicitada no regulamento da promoção a existência de produtos componentes do portfólio da autora que não ensejariam a participação do consumidor, tenho como desnaturado o caráter enganoso da propaganda veiculada.

Não se pode olvidar, ademais, que se mostrava inserida na própria parte de destaque da promoção que o cadastramento seria necessariamente realizado com produtos ostentadores de código iniciado com as letras “N” ou “M”:



**CHEGOU A SUA CHANCE DE GANHAR  
UM MILHÃO DE REAIS EM APENAS UMA NOITE.**

**Participar é muito fácil.**

- 1** Procure na embalagem o código que começa com a letra **N** ou **M**.
- 2** Envie o código via SMS para o número 70000\* ou cadastre-o pela internet.
- 3** Concorra a **MIL REAIS EM PRÊMIOS** e à chance de participar do programa **UM MILHÃO NA MESA**.

Serão sorteadas **10 pessoas** por programa que terão a chance de ser escolhidas pelo SBT para participar do UM MILHÃO NA MESA. Consulte o regulamento completo no site.

Guarde a embalagem.

Assim, o consumidor interessado em participar da promoção desde logo era prevenido da explícita dinâmica do sorteio, pelo que inexistiu a utilização de manobra ardilosa para impulsionar a venda de produtos excluídos da ação promocional.

Ademais, a debatida omissão não se debruça sobre as características dos produtos adquiridos, mas tão somente à elegibilidade da participação em sorteios adjacentes ao efetivo consumo realizado.

E, consoante já consagrado pelo “Tribunal da Cidadania”, o caráter diminuto da tipografia utilizada no anúncio publicitário não invalida a natureza informativa do conteúdo divulgado:

“RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. TAMANHO MÍNIMO DA LETRA EM ANÚNCIOS. APLICAÇÃO DA NORMA DO ART. 54, § 3º, DO CDC. ANALOGIA. DESCABIMENTO. ELEMENTOS DE DISTINÇÃO ENTRE O CONTEXTO DOS ANÚNCIOS E O CONTEXTO DOS CONTRATOS. DANO MORAL COLETIVO. PREJUDICIALIDADE. 1. Controvérsia acerca da possibilidade de se determinar a empresas de telefonia a não empregarem em seus anúncios na imprensa fonte de tamanho menor do que 12 pontos. 2. “Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor” (art. 54, § 3º, do CDC). 3. Existência de elementos de distinção entre o instrumento escrito dos contratos de adesão e o contexto dos anúncios publicitários, que impedem a aplicação da analogia. Doutrina sobre o tema. 4. Inaplicabilidade da norma do art. 54, § 3º, do CDC ao contexto dos anúncios, sem prejuízo do controle da prática enganosa com base em outro fundamento. 5. Prejudicialidade do pedido de dano moral coletivo, porque deduzido com base na alegação de descumprimento ao art. 54, § 3º, do CDC. 6. RECURSO ESPECIAL DESPROVIDO. (REsp 1602678/RJ, Rel. Ministro PAULO DE TARSO SANSEVERINO, TERCEIRA TURMA, julgado em 23/05/2017, DJe 31/05/2017)”



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

Em suma, a consignação escrita nas propagandas televisionadas da existência de produtos não elegíveis aos sorteios desnatura o caráter ilícito da ação promocional e deságua, em consequência, na procedência integral da pretensão autoral ora reexaminada.

Finalmente, com fulcro na razoabilidade erigida como premissa processual exegética pelo artigo 8º, do CPC, tenho que a fixação honorária com base em percentual do valor da obrigação desconstituída (R\$ 7.872.257,76) mostrar-se-ia excessiva e desproporcional aos critérios estabelecidos no artigo 85, §2º, do CPC.

Com efeito, sem embargo da costumeira qualidade da atuação advocatícia ora empreendida, o arbitramento de verba honorária no mínimo percentual atingiria montante próximo a oitocentos mil reais, o que não se coaduna com o escopo normativo da fixação ora analisada.

Nesse contexto, tenho que os honorários sucumbenciais em questão devem ser equitativamente fixados em R\$ 15.000,00 (quinze mil reais), de modo a que a cominação se mantenha razoável e proporcional às nuances concretas da lide, ao tempo de duração da demanda, ao diminuto espectro probatório e ao ilustrado labor advocatício empreendido.

Pelo exposto, divergindo em parte e respeitosamente do ilustrado voto de relatoria, **dou integral provimento ao recurso**, reformo a sentença e julgo procedente o pedido inicial, para anular a multa aplicada no âmbito do processo administrativo nº 0024.13.000872-5.

Em consequência, condeno o réu ao reembolso das custas processuais e recursais antecipadas pela autora, com atualização monetária, desde o desembolso, pela variação do IPCA-E, e juros, a partir da futura intimação no cumprimento de sentença, pelo índice de juros da caderneta de poupança, bem como ao pagamento de honorários de advogado fixados em quinze mil reais, com atualização monetária, pela variação do IPCA-E, desde a data desta sessão de julgamento, e juros, a partir do trânsito em julgado, pelo índice de juros da caderneta de poupança.

Sem honorários recursais, ante a reforma da sentença.

É como voto.

**DESA. YEDA ATHIAS**



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

Peço vênia à eminente Relatora Desembargadora Sandra Fonseca, para aderir à divergência parcial inaugurada pelo ilustre 1º Vogal, Desembargador Correa Junior, pois não verificado o caráter enganoso da propaganda veiculada, já que consta expressamente dos elementos informativos quais produtos fariam parte da promoção, o que afasta a prática da propaganda enganosa inserida na legislação consumerista e, por conseguinte, deve ser declarada a nulidade da multa aplicada no processo administrativo 0024.13.000872-5.

Destarte, DOU PROVIMENTO AO RECURSO, para reformar a sentença e julgar procedente o pedido para anular a multa aplicada no processo administrativo, nos termos do voto do douto Desembargador Corrêa Júnior.

É como voto.

### **DES. EDILSON OLÍMPIO FERNANDES**

A controvérsia a ser apreciada por esta instância revisora consiste em saber se deve ser anulada a multa de R\$ 7.872.257,76 (sete milhões, oitocentos e setenta e dois mil, duzentos e cinquenta e sete reais e setenta e seis centavos), que foi aplicada à apelante pelo PROCON-MG nos autos do processo administrativo n. 0024.13.000872-5, em razão da prática de publicidade enganosa.

Fundado na separação e independência dos poderes, o controle judicial dos atos da Administração não tem poder de ingerência no mérito administrativo, que diz respeito aos aspectos da conveniência e oportunidade.

O Judiciário se limita à ordem da legalidade em sentido amplo, que envolve a análise dos motivos determinantes para a prática do ato, evitando-se abusos, arbitrariedades, incongruências entre a razão e a conclusão ou a finalidade administrativa.



Poder Judiciário do Estado de Minas Gerais  
Tribunal de Justiça



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

Sobre o tema, o ilustre Professor JOSÉ DOS SANTOS CARVALHO FILHO ensina sobre a importância do controle pelo Judiciário dos atos administrativos em sentido amplo:

“De tudo o que demonstramos, parece claro que tais cuidados são exigíveis para permitir, de forma clara, o exercício de um dos mais importantes direitos fundamentais, qual seja, o de recorrer ao Judiciário para controle da legalidade dos atos administrativos. (...) atualmente, cresce a tendência de reduzir o espaço impenetrável de averiguação dos elementos fáticos e jurídicos exercida pelo Poder Judiciário, sobretudo porque nos feitos administrativos não é exigida a imparcialidade própria dos julgadores de litígios. Ampliar a perscrutação do juiz no processo administrativo é assegurar maior garantia de legalidade aos acusados, e é nesse sentido que se encontra o sentimento atual de controle judicial.” (Manual de Direito Administrativo, 23ª ed., editora Lumen Júris, p. 1.084).

O PROCON pode, por sua vez, interpretar cláusulas contratuais por meio de órgãos de julgamento administrativo, em sede de controle de legalidade e, como todo ato administrativo, a aplicação da multa também se sujeita a controle judicial, conforme orientação do colendo SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA:

“ADMINISTRATIVO E PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO RECURSO ESPECIAL. MULTA ADMINISTRATIVA. ALEGADA OFENSA AOS ARTS. 458 E 535 DO CPC/73. INEXISTÊNCIA. PROCON. ANÁLISE DE CONTRATOS E APLICAÇÃO DE MULTAS E OUTRAS PENALIDADES. COMPETÊNCIA. PRECEDENTES DO STJ. NULIDADE DO AUTO DE INFRAÇÃO. CONTROVÉRSIA RESOLVIDA, PELO TRIBUNAL DE ORIGEM, À LUZ DAS PROVAS DOS AUTOS. NECESSIDADE DE INTERPRETAÇÃO DE CLAUSULA CONTRATUAL. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULAS 5 E 7 DO STJ. PROPORCIONALIDADE DA MULTA APLICADA. INCIDÊNCIA DA SÚMULA 7/STJ. AGRAVO INTERNO IMPROVIDO. (...) IV. **Na forma da jurisprudência, "o PROCON, embora não detenha jurisdição, pode interpretar cláusulas**



**contratuais, porquanto a Administração Pública, por meio de órgãos de julgamento administrativo, pratica controle de legalidade, o que não se confunde com a função jurisdicional propriamente dita, mesmo porque 'a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito' (art. 5º, XXXV, da CF)" (STJ, REsp 1.279.622/MG, Rel. Ministro HUMBERTO MARTINS, SEGUNDA TURMA, DJe de 17/08/2015). No mesmo sentido: STJ, REsp 1.652.614/GO, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, DJe de 27/04/2017; REsp 1.256.998/GO, Rel. Ministro BENEDITO GONÇALVES, PRIMEIRA TURMA, DJe de 06/05/2014. (...)." (AglInt no REsp 1211793/SP, Rel. Ministra ASSUSETE MAGALHÃES, SEGUNDA TURMA, julgado em 03/04/2018, DJe 10/04/2018 - destaquei).**

Nesse contexto, na hipótese em análise, conquanto o processo administrativo tenha observado o devido processo legal, bem como os princípios da ampla defesa e do contraditório, não verifico, da propaganda veiculada pela recorrente, o caráter enganoso, o que implica na anulação da multa aplicada.

Com efeito, nos termos do Código de Defesa do Consumidor, é enganosa a propaganda, “inteira ou parcialmente falsa” que seja “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” (artigo 37, §1º).

No especial caso em análise, consoante asseverou o eminente Desembargador Primeiro Vogal, os elementos informativos escritos inseridos na divulgação promocional se afiguram suficientes para informar o consumidor no sentido de que nem todos os produtos da marca participariam do sorteio divulgado, não havendo que se falar em publicidade capaz de induzir em erro os compradores.

Ademais, consoante já asseverou o colendo SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA: “Não se aplica aos informes publicitários a regra do art. 54, §3º, do Código de Defesa do Consumidor, proibitiva



Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

do uso de fonte inferior ao corpo doze, a qual se dirige apenas ao próprio instrumento contratual de adesão.” (AgInt no AREsp 1074382/RJ, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, Rel. p/ Acórdão Ministra MARIA ISABEL GALLOTTI, QUARTA TURMA, julgado em 18/09/2018, DJe 24/10/2018)

Em síntese, uma vez constatado o caráter lícito da ação promocional realizada pela recorrente, deve ser anulada a penalidade administrativa aplicada, o que impõe reconhecer a procedência do pedido inicial.

Com essas considerações, pedindo vênias para divergir do judicioso voto proferido pela eminente Desembargadora Relatora, acompanho a divergência instaurada pelo ilustre Primeiro Vogal e dou provimento ao recurso para anular a multa aplicada no âmbito do processo administrativo n. 0024.13.000872-5.

**DES. JÚLIO CEZAR GUTTIERREZ**

**VOTO DE DIVERGÊNCIA – DES. JULIO CEZAR GUTTIERREZ**

Peço vênias a i. Relatora, considerando que o informe publicitário veiculado não continha informação falsa ou omissão, hábil a induzir em erro o consumidor a respeito da promoção realizada, já que trouxe ressalva expressa de “**produtos não participantes da promoção**”, incluídos apenas os que continham códigos iniciados com as letras M e N.

Desse modo, não configurada a propaganda enganosa prevista no artigo 37, §1º do CDC, peço vênias mais vez para acompanhar a divergência instaurada pelo Des. Corrêa Junior, e também dar provimento ao recurso, julgando procedente o pedido para anular a multa aplicada.





Apelação Cível Nº 1.0000.20.531727-4/001

---

É como voto.

**SÚMULA: "DERAM PROVIMENTO AO RECURSO,  
VENCIDA PARCIALMENTE A RELATORA"**

Documento assinado eletronicamente, Medida Provisória nº 2.200-2/2001 de 24/08/2001.

Signatário: Desembargadora SANDRA ALVES DE SANTANA E FONSECA, Certificado:  
444E83F00ABD88162BFE2FF402937397, Belo Horizonte, 17 de agosto de 2021 às 18:35:52.

Signatário: Desembargador EDILSON OLIMPIO FERNANDES, Certificado:  
1A38C1C2C3F22E83BE86441896796F24, Belo Horizonte, 17 de agosto de 2021 às 18:36:14.

Signatário: Desembargador LUIZ CARLOS DE AZEVEDO CORREA JUNIOR, Certificado:  
36D734BF35264D4BF5762B67A1A01B6C, Belo Horizonte, 17 de agosto de 2021 às 18:36:34.

Signatário: Desembargadora YEDA MONTEIRO ATHIAS, Certificado:  
21C93F46A1D7062F9BA57864BE493D4A, Belo Horizonte, 17 de agosto de 2021 às 18:36:58.

Signatário: Desembargador JULIO CEZAR GUTTIERREZ VIEIRA BAPTISTA, Certificado:  
76D37F1F171A878B9EE7FBCFF31CB0EF, Belo Horizonte, 17 de agosto de 2021 às 18:39:43.  
Julgamento concluído em: 17 de agosto de 2021.

Verificação da autenticidade deste documento disponível em <http://www.tjmg.jus.br> - nº verificador:  
1000020531727400120213669463