



## MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO

### Ministério Público do Distrito Federal e Territórios

#### TERMO DE AJUSTAMENTO DE CONDUTA Nº 732/2014

(Lei nº 7.347/85, art. 5º, §6º)

Pelo presente instrumento, nos termos do art.5º, § 6º, da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, de um lado o **MINISTÉRIO PÚBLICO DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS (MPDFT)**, representado pelo Promotor de Justiça de Defesa do Consumidor infra-assinado, **Dr. GUILHERME FERNANDES NETO**, e de outro lado, **DIBENS LEASING S.A. – ARRENDAMENTO MERCANTIL**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 65.654.303/0001-73, com sede na Avenida Antônio Massa nº 361, Centro, Município de Poá, Estado de São Paulo, neste ato representado por **Beatriz Dias Rizzo**, advogada inscrita na OAB/SP nº 118.727, doravante denominado “**DIBENS**”, no que concerne a ação civil pública nº **1999.01.1.035037-3**, em trâmite perante a 2ª Vara Cível de Brasília/DF,

**Considerando** que compete ao Ministério Público a defesa dos interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos dos consumidores (art. 129, III, da Constituição Federal e arts. 81 e 82 da Lei nº 8.078/90);

**Considerando** que por meio da Ação Civil Pública nº 1999.01.1.035037-3, em trâmite perante a 2ª Vara Cível da Comarca de Brasília/DF, o Ministério Público do Distrito Federal e Territórios questiona a incidência de multa moratória de 10% nos contratos de leasing firmados pela DIBENS;

**Considerando** que a DIBENS já há muito tempo alterou a sua prática contratual para o fim de estabelecer a referida multa contratual no percentual máximo equivalente a 2%, inclusive em total conformidade com o que foi determinado na sentença de fls. proferida nos autos da referida ação civil pública;

*Bl. Rizzo* 1/4

As partes resolvem celebrar este **TERMO DE COMPROMISSO DE AJUSTAMENTO DE CONDOTA**, nos termos do §6º, do art. 5º, da Lei nº 7.347/85, mediante as seguintes cláusulas e condições:

#### **DOS COMPROMISSOS AJUSTADOS:**

1. A DIBENS compromete-se a manter adaptados os seus contratos de arrendamento mercantil/*leasing* no sentido de estabelecer a multa moratória no percentual de 2% (dois por cento).

2. Adicionalmente, a DIBENS compromete-se a:

(a) depositar o valor de R\$ 2.875.547,39 (dois milhões, oitocentos e setenta e cinco mil, quinhentos e quarenta e sete reais e trinta e nove centavos)<sup>1</sup>, na conta do Fundo Distrital de Defesa dos Direitos Difusos, nos termos do art. 13 da Lei Federal 7.347/85 e da Lei Complementar Distrital nº 50/97, no BRB – Banco de Brasília, ag. 100, conta-corrente nº 100016530-0, no prazo de 30 dias contados da intimação da respectiva decisão homologatória pelo juízo competente;

b) remeter à Promotoria de Justiça de Defesa dos Direitos do Consumidor, em 10 dias, o respectivo comprovante de depósito bancário no Fundo Distrital;

c) doar uma campanha publicitária – constando a assinatura do MPU – MPDFT – 4ª Prodecon –, no valor de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), consistente na criação, produção e veiculação de campanha educativa de limpeza urbana, nos termos do plano de mídia anexo (“Caminho 1”) e do cronograma que será entregue ao MPDFT no prazo de 10 (dez) dias contados da intimação da respectiva decisão homologatória pelo juízo competente;

d) ceder, gratuitamente, os direitos autorais de criação da campanha de limpeza urbana para o Ministério Público, comprometendo-se, ainda, a remeter 29 (vinte e nove) conjuntos contendo um Disco DVcam e um CD com a arte final, no prazo de 30 (trinta) dias, à Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor do Distrito Federal, com expediente autorizando a veiculação da referida campanha publicitária em outros TAC's que, porventura, venham a ser celebrados.

<sup>1</sup> Valor apurado pelo perito judicial, nos autos da referida ação civil pública, na sua manifestação de fls. 876 e ss. dos autos.

## DA PENALIDADE EM CASO DE DESCUMPRIMENTO

3. Caso a DIBENS não atenda ao disposto no item 1, será devida a multa no valor de R\$ 50.000,00 por evento e, em caso de descumprimento do item 2, que deverá ser devidamente comprovado por documento hábil (no prazo de 40 dias a contar da intimação a respeito da respectiva homologação pelo juízo competente), salvo justificada impossibilidade de fazê-lo, sujeitará o compromitente ao pagamento de multa equivalente a R\$ 5.875.547,39 (cinco milhões, oitocentos e setenta cinco mil, quinhentos e quarenta sete reais e trinta nove centavos), por situação de descumprimento devidamente comprovada, que reverterá ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor, criado pela Lei nº 7.170, de 29 de dezembro de 1997.

## DISPOSIÇÕES FINAIS

4.O presente Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta produzirá seus efeitos legais a partir da sua homologação e terá eficácia de título executivo, nos termos do artigo 5º, §6º, *in fine*, da Lei Federal nº 7.347/85 e do artigo 585, VII, do Código de Processo Civil.

5. As partes se comprometem a informar ao juízo correspondente para requerer a homologação e extinção do processo, atualmente em fase de liquidação de sentença, com apreciação do mérito na forma do artigo 269, inciso III do Código de Processo Civil.

6. A Dibens compromete-se, ainda, a comprovar o pagamento das obrigações estipuladas no referido TAC, remetendo ao Ministério Público do Distrito Federal, em 90 dias, cópias das faturas pertinentes aos gastos com a campanha publicitária mencionada (emitidas, v.g., pela agência, emissoras, etc).

7. O presente Termo de Ajustamento de Conduta produzirá seus efeitos em âmbito nacional e não implica renúncia a qualquer direito individual, bem como não impede a eventual propositura ou prosseguimento de ações individuais que tenham objeto similar a esta ação civil pública.

 3/4

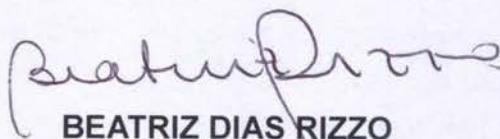
E por estarem assim ajustados, firmam o presente:

Brasília, 19 de agosto de 2014.



**GUILHERME FERNANDES NETO**

Promotor de Justiça



**BEATRIZ DIAS RIZZO**

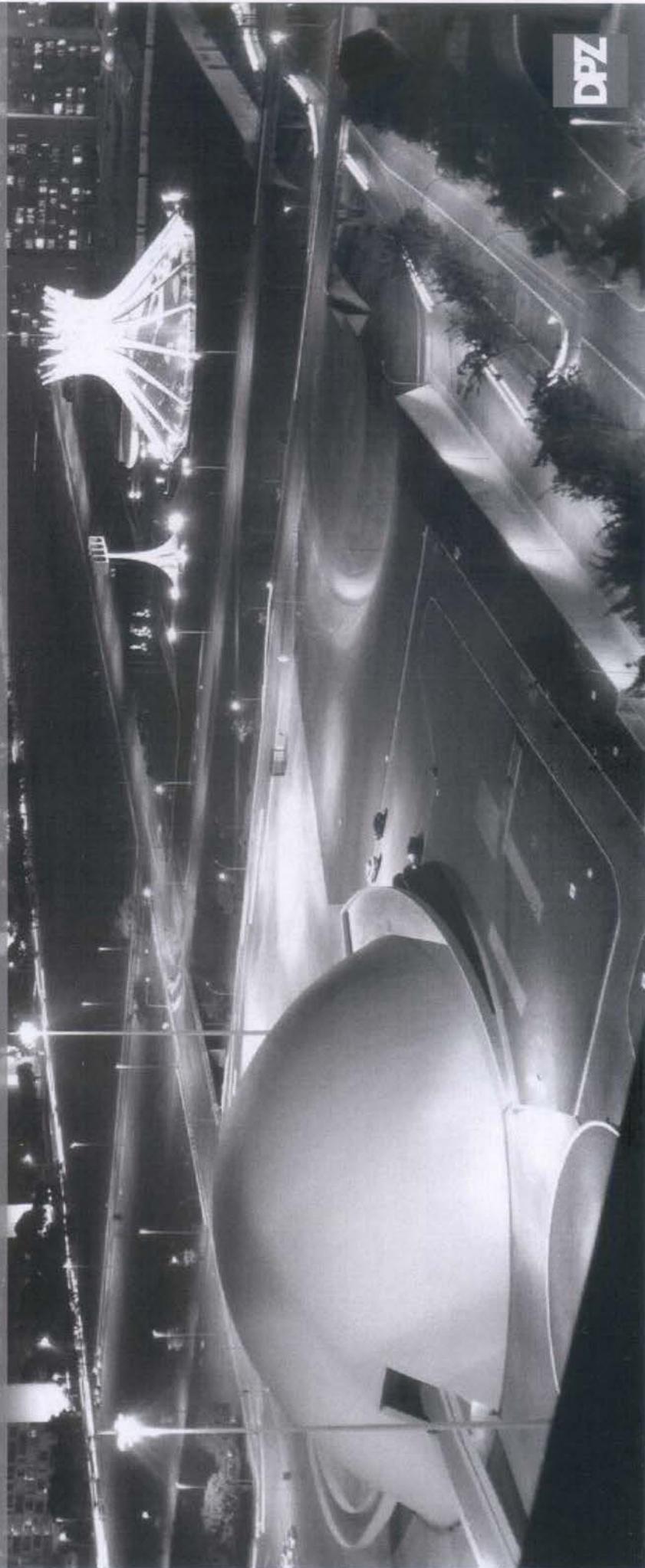
OAB/SP nº118.727

# PLANO DE MÍDIA - DPZ

Itaú

Não jogue lixo na rua

24 ABR 2014



DPZ

# Objetivo de Mídia |

Disseminar a importância de não jogar lixo na rua.  
Fazer com que a população de Brasília tenha conhecimento da iniciativa e da preocupação com o bem estar coletivo.

# Estratégia |

Trabalhar regionalmente, em meios de grande abrangência para entregar a mensagem a toda a população.  
Utilizar a segmentação para compor o target.

# Resumo da Entrega |

## **TV Aberta**

519 inserções de comerciais de 30" no período;  
13 ações de merchandising de 60".

## **Pay TV**

3.717 inserções de comerciais 30" no período.

## **Rádio**

1.944 inserções de spots de 30" no período;  
270 ações de merchandising de 60".

## **Mídia Indoor**

1.470 inserções de vinhetas de 15" no metrô;  
3.024 inserções de vinhetas de 15" em ônibus;  
Utilização de 804 monitores de elevadores.

## **Cinema**

Veiculação de comerciais de 30" em 88 cine-semanas.

## **Mídia Exterior**

50 back bus (traseira de ônibus);  
285 faces de Mobiliário Urbano no período;  
25 relógios digitais com locais determinados;  
80 coletores urbanos com locais a definir.

# Perfil Demográfico

Itaú

População Brasil:

194.216.900

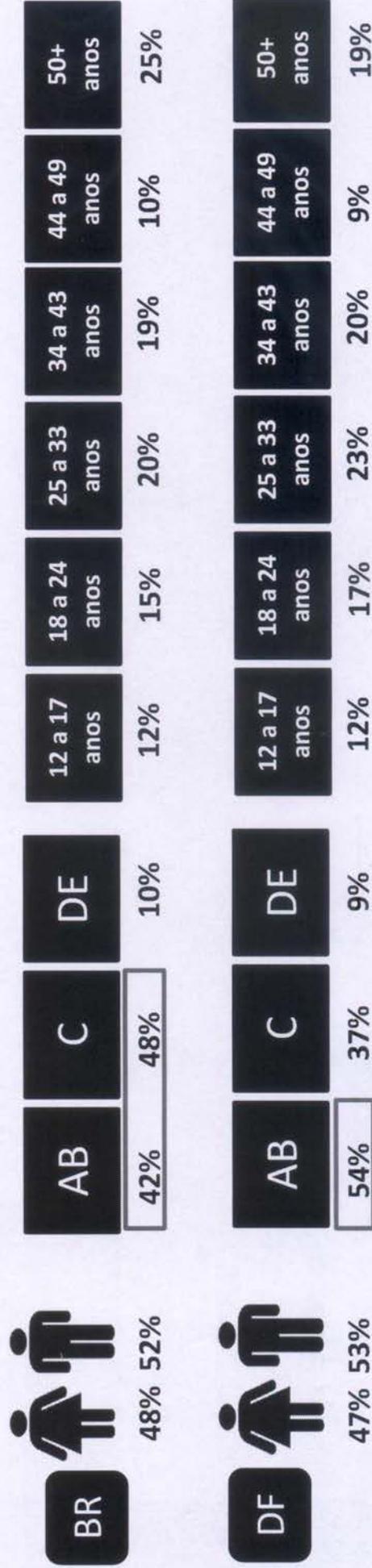
População Brasília:

2.673.000

- Brasília tem um dos maiores Índices de Potencial de Consumo do Brasil – (IPC): 2,249;

- o IDH de Brasília é de 0,874%, superior a média do Brasil que é de 0,800% e de outros Estados como São Paulo (0,833%) e Rio de Janeiro (0,832%);

- Maior concentração da Classe AB em relação ao Brasil, que tem maior equilíbrio entre as classes AB e C.



## Perfil Psicográfico

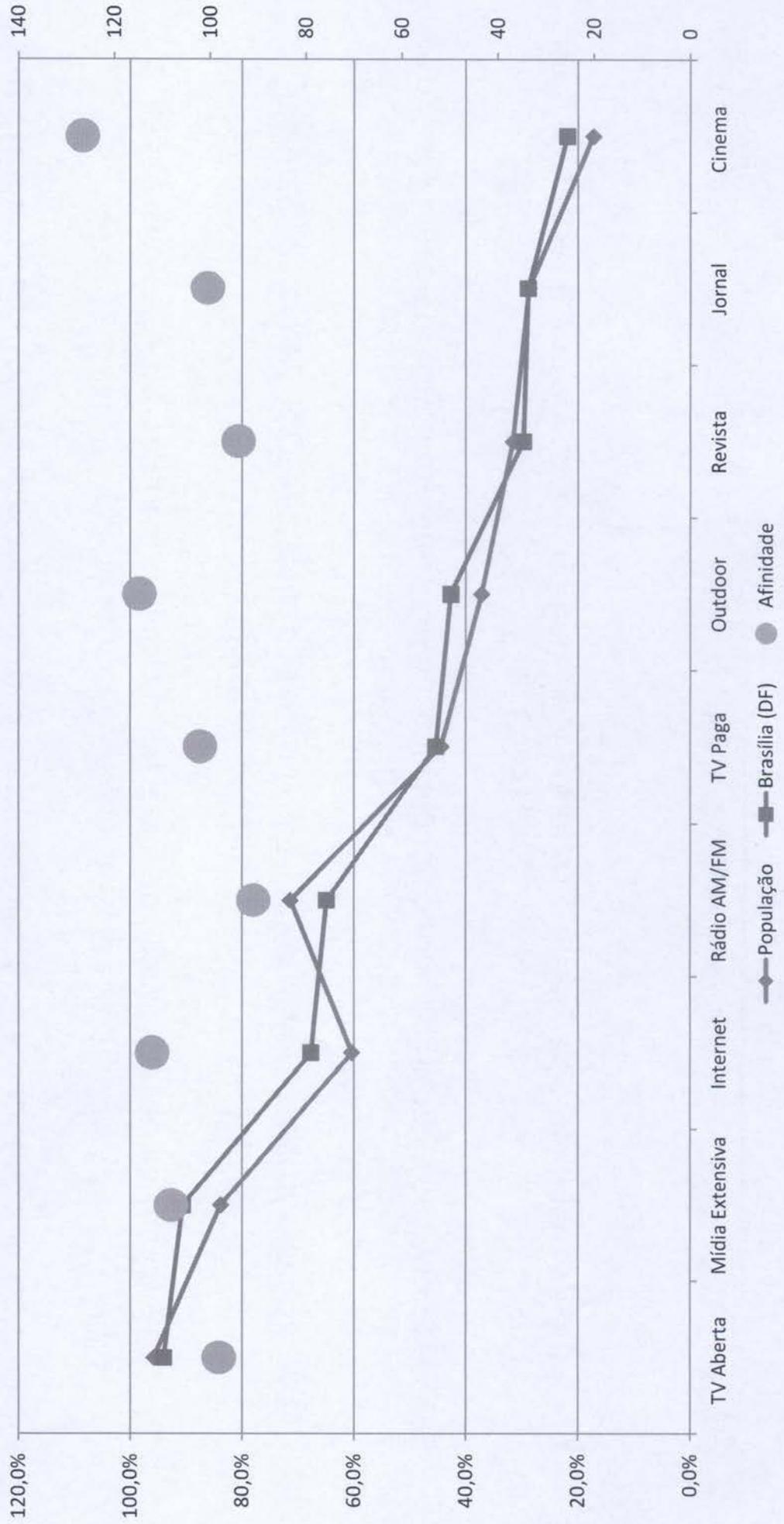
Itaú

- A maioria dos habitantes de Brasília é solteiro (43%), número pouco maior em relação ao Brasil (40%);
- 56% da População estão trabalhando em período integral, número pouco maior em relação ao Brasil (52%);
- 24% trabalham para o Governo enquanto no Brasil o total é de 11%, 48% trabalham para empresas privadas;
- Apenas 3% pensam na reutilização de materiais recicláveis (garrafas, tubos, caixas, papel). No Brasil esse índice é superior a 19%.
- Apenas 2% dos moradores de Brasília reciclam o lixo ao invés de jogá-los fora, enquanto 23% dos Brasileiros já têm essa prática;
- 82% acreditam que reciclar é importante, tanto no Brasil como em Brasília.

# Consumo de Meios

Itaú

Principais Meios Consumidos em Brasília (Penetração x Afinidade):



Fonte: Ibope TGI – BRY14\_w1+w2

# Estratégia |

TV Aberta



Principal Meio de cobertura da programação (**85%** cobertura 1+ e **74%** cobertura 3+).  
03 flights de 03 semanas com intervalo de 01 semana entre eles.

Rádio



Meio com foco em frequência (**1.944 inserções de 30"**) e proximidade com o target (**270 inserções de testemunhal 60"**) com o principal comunicador das emissoras de rádio).  
03 flights de 03 semanas com intervalo de 01 semana entre eles.

Pay TV



Prioritariamente para cobrir as classes AB.  
Frequência diária (**3.717 inserções 30"**) - vespertino e prime time nos canais Globosat, que possibilitam regionalização.

Cinema



Para atingir o público formador de opinião.  
Programação no primeiro mês de campanha.  
**Total de 88 salas em 4 cine semanas.**

Mídia Indoor



Mídia digital indoor em coletivos (ônibus e metrô) para cobertura da classe C.  
Programação de 03 flights de 03 semanas.  
**Total de 4.494 inserções de 15"**.

Mídia Exterior



Mídia digital em elevadores (edifícios comerciais, hotéis, rede de supermercados e shopping).  
**Total de 1.072 monitores** por 04 semanas (inserções de 15")

Programação no primeiro mês de campanha entre em Brasília e nas Cidades Satélites com Backbus, MUB, Relógios Digitais e Coletor Urbano.  
**Total de 440 unidades em um mês.**

# TV Aberta |

Programação abrangente para falar com toda a população e jornalismo para atingir o formador de opinião. 03 flights de 03 semanas com intervalo de 01 semana entre eles. Merchandising regional para gerar proximidade com o target.

Para esta programação utilizamos o share de audiência no **target AS ABC 18+** para definir o investimento por emissora.

Share de audiência

Emissora	Total Domicílios		AS ABC 18+
	Shr%	Shr%	
Globo	52%	55%	
TV BAND	7%	7%	
Rede Tv!	3%	3%	
Record	19%	19%	
SBT	18%	16%	
Record News	1%	1%	

Share de Investimento

Emissora	AS ABC 18+	
	Shr%	
Globo	57%	
TV BAND	5%	
Rede Tv!	4%	
Record	19%	
SBT	15%	



EMISSORAS:

FORMATO: 30"



EMISSORAS:

FORMATO: Merchandising 60"

## RESULTADO SIMULAÇÃO AS ABC 18+

BRASÍLIA 30"  
GRP 3.349 TRP 1.485  
Cob1+ 85% FM 17,45  
1.544.926 pessoas cobertas

Cob3+ 74% FM 19,75  
1.344.995 pessoas cobertas

BRASÍLIA Merchandising 60"  
GRP 187 TRP 72  
Cob1+ 22% FM 3,33  
399.863 pessoas cobertas

Cob3+ 10% FM 5,81  
181.756 pessoas cobertas

# Sinopse Programas Merchandising I



## DF No Ar

O brasileiro começa o dia bem informado. O jornalista Giuliano Cartaxo comanda o programa pautado pelo factual, com o que acontece de relevante no cotidiano de Brasília.

Exibição: seg a sex (7h15 - 8h40)

Gênero: Jornalismo



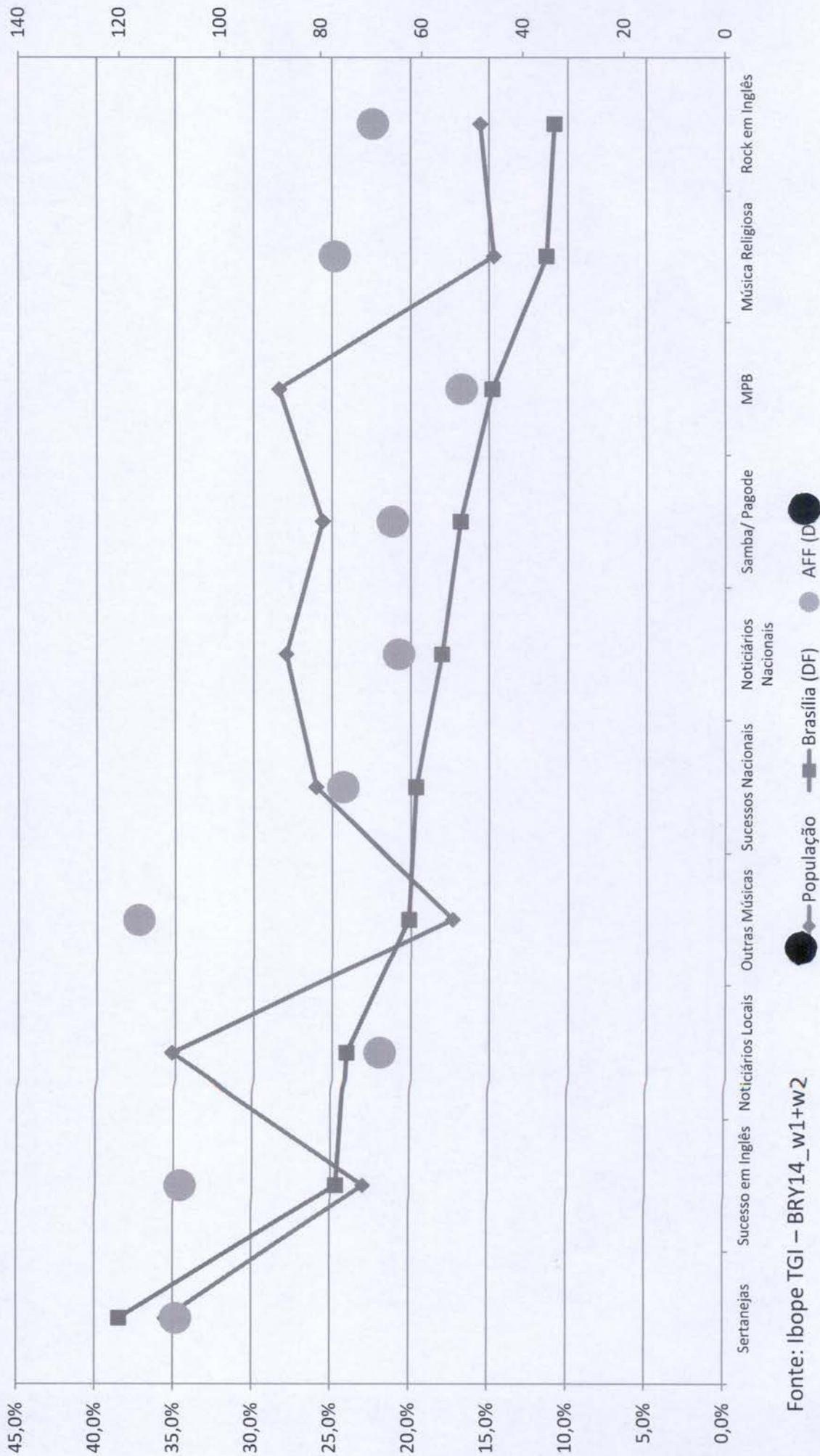
## Programa Alternativo

O Programa Alternativo apresenta uma linguagem moderna e dinâmica, aproximando os telespectadores de assuntos que identificam o cotidiano e valores da comunidade.

Exibição: sábado (13h15 - 13h45)

Gênero: Show

Principais preferências na programação dos ouvintes de Rádio (Penetração x Afinidade):



Fonte: Ibope TGI – BRY14\_w1+w2

# Rádio |

Mix de rádios jornalísticas e musicais (qualificadas e populares).  
03 flights de 03 semanas com intervalo de 01 semana entre eles.

**Total de 1.944 inserções de 30" e 270 inserções de testemunhal 60"** com o principal comunicador das emissoras.

## EMISSORAS:

**CBN**

30" - 06h as 09h

**BAND NEWS FM**

30" - 06h as 09h

**NOVA BRASÍLIA FM**

30" - 06h as 19h  
Test. 07h as 12h

**ANTENA 1**

30" - 06h as 19h  
Test. 18h

**102.7 JK**

30" - 06h as 09h  
Test. 10h as 11h

**Clube 100.5 FM**

30" - 06h as 19h  
Test. 09h as 11h

**101.1 FM CIDADE**

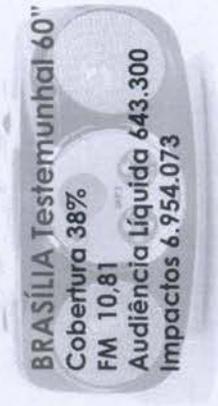
30" - 06h as 19h  
Test. 09h as 12h

**FORMATO: 30" e Testemunhal 60"**

## RESULTADO SIMULAÇÃO AS ABC 18+

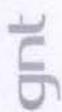


## RESULTADO SIMULAÇÃO AS ABC 18+



# Pay TV |

Canais de jornalismo, filme, esporte, feminino e música.  
Total de **3.717 inserções 30"** distribuídas nas faixas do vespertino e prime time.

EMISSORAS:       

FORMATO: 30"

## RESULTADO SIMULAÇÃO AS ABC 18+

BRASÍLIA 30"  
GRP 1.673 TRP 751  
Cob1+ 62% FM 12,18  
315.327 pessoas cobertas  
Cob3+ 47% FM 15,52  
239.038 pessoas cobertas

# Cinema |

Programação no primeiro mês de campanha.

**Total de 22 salas por cine semanas e 88 salas para 04 cine semanas.**

**Formato: 30"**

COMPLEXOS	VEÍCULO	EXIBIDORA	FORMATO
Iguatemi	Flix	Cinemark	30"
Pátio Brasil	Flix	GSR	30"
Boulevard	Flix	GSR	30"
Pier 21	Flix	Cinemark	30"
Taguatinga	Flix	Cinemark	30"
Terraço Shopping	Flix	GSR	30"
Casa Park	Fitmedia	Arteplex	30"
Águas Claras	Kinomaxx	Kinomaxx	30"

DPZ

Itaú

# Mídia Indoor |

Mídia digital indoor em coletivos (ônibus e metrô)  
Programação de 03 flights de 03 semanas.  
**Total de 6741 inserções de 15"**.

Mídia digital em elevadores (edifícios comerciais, hotéis, rede de supermercados e shopping).

**Total de 1.072 monitores por 04 semanas (inserções de 15")**

Mídia digital Ônibus



Mídia digital Metrô (dentro trem)



Mídia digital Metrô (plataforma)



Edifícios Comerciais



Mídia digital Hotéis



Supermercados



Shopping



# Mídia Exterior |

Programação no primeiro mês da campanha

**Backbus:** Adesivo na traseira :: 50 unidades

**MUB:** Totem e abrigo de ônibus :: 285 unidades

**Relógios Digitais:** Pontos distribuídos em Brasília e nas vias de acesso a Cidades Satélites, roteiro a definir :: 25 unidades

**Coletor Urbano:** Plano Piloto – região central; Asa Sul e Norte; Lago Sul e Norte; Parque da Cidade; Guarã I e II; S.I.A – Setor de Indústria e abastecimento e Taguatinga :: 80 unidades

Backbus



MUB



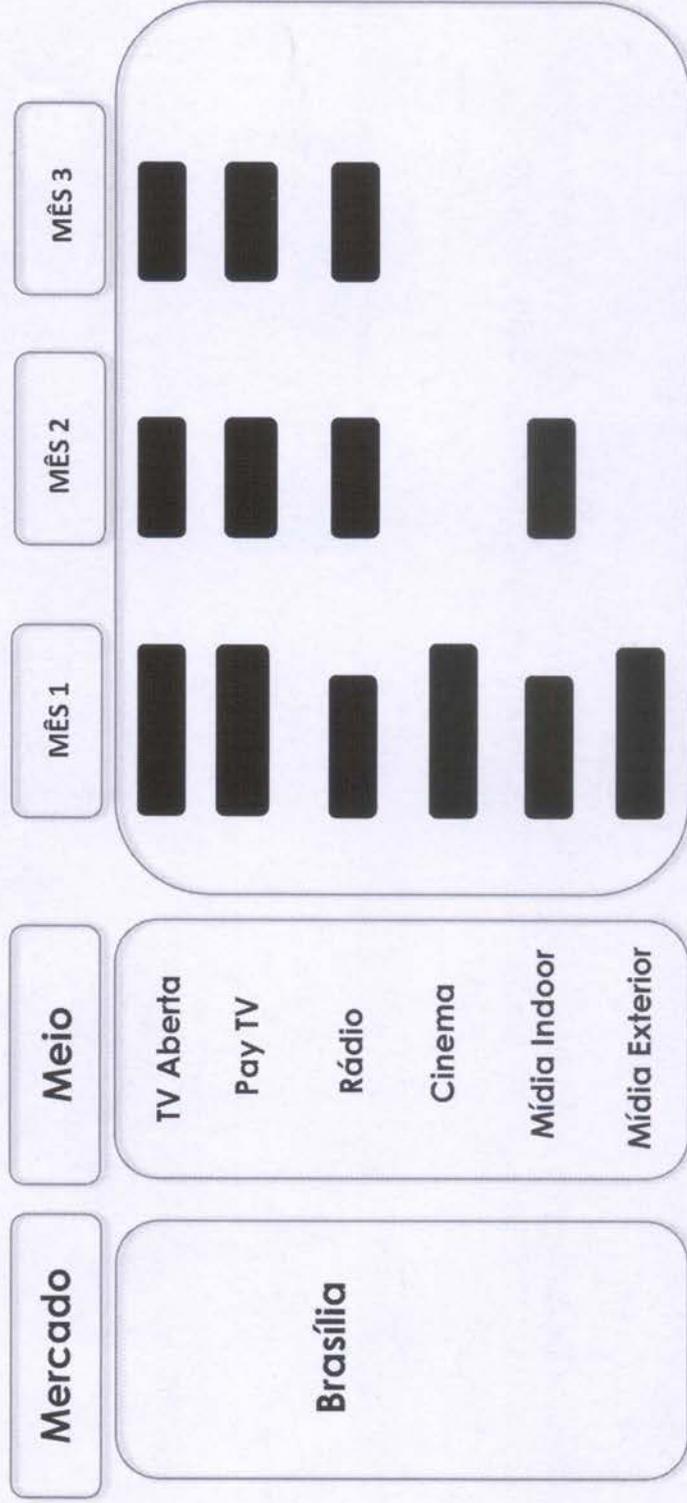
Coletor Urbano



Relógio Digital

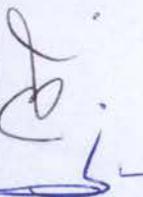


# Cronograma I



Observação: poderão ocorrer reajustes nos valores contemplados de Mídia Indoor e Exterior caso a campanha seja no período da Copa e/ou data de varejo.

BN





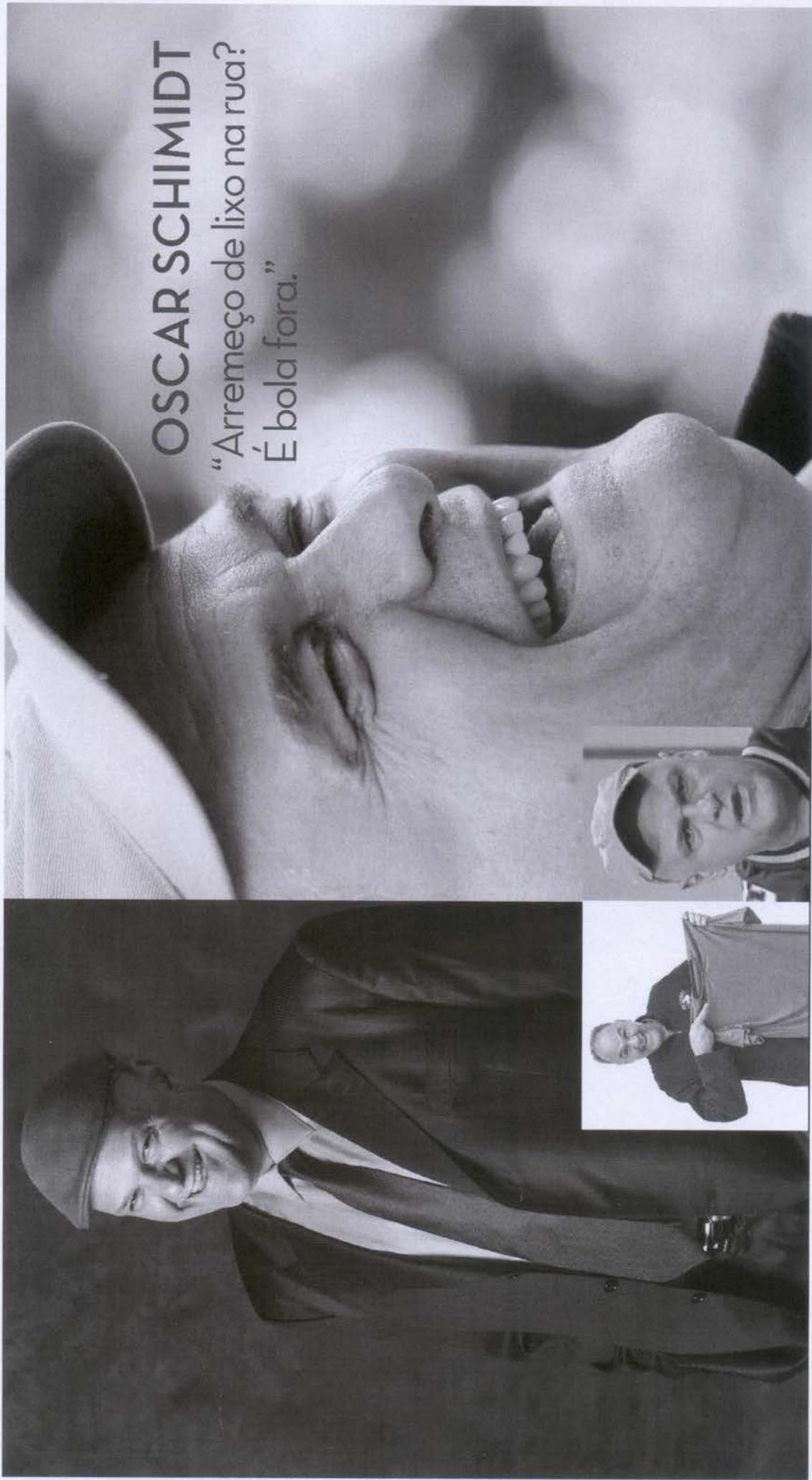
CAMPANHA

LIXO NA RUA É FALTA DE EDUCAÇÃO.  
TRAZ DOENÇA, ENCHENTE E POLUIÇÃO.

# CAMINHOS 1 - CELEBRIDADE

**OSCAR SCHIMIDT**

“Arremeço de lixo na rua?  
É bola fora.”



# OSCAR SCHMIDT.

## Exemplo dentro e fora das quadras. De Brasília.

Que tal mostrar ao pessoal como se arremessa lixo na lixeira? E ninguém melhor para isso que Oscar. Nosso craque dentro e fora das quadras, exemplo de atleta, pessoa e cidadão. Oscar tem a dosagem certa de humor e autoridade para reverter esse jogo.

## NÃO JOGUE LIXO NA RUA - FILME 30" - OSCAR.

Abre filme, rapaz sentado em um banco de praça terminando de comar um cachorro-quente. Ele amassa o guardanapo ainda com um resto do sanduiche e sem nem titubiar joga tudo no chão.

Mas o arremeço acaba batendo na canela de uma pessoa.

Câmera corrige e vemos ele: OSCAR SCHMIDT que olha de cima do alto dos seus 2,05 metros de altura e comenta ao seu jeito. Simpatição fazendo careta.

Oscar: **Ó campeão... Que isso?**

Corta para rapaz dentro de um carro com uma lata de refrigerante. Ele abre o vidro, pronto para jogar a lata pela janela. Câmera corrige e mostrar quem está ao seu lado: OSCAR que faz cara de reprovação.

Oscar: **Coisa feita heim rapaz....**

Corta. Moça em casa com um saco de lixo, pronta para arremessá-lo pelo muro.

Mas uma cabeça se levanta do outro lado e olha para a moça. Também é o OSCAR.

Oscar: **Mas minha senhora.**

Corta para OSCAR encontrando outros absurdos pela cidade. Agora ele pega o lixo e pratica com a pessoa o arremeço na lixeira.

É na ciclovia com um côco. No ponto de ônibus com uma maçã. Na porta da escola com uma turma de adolescentes. Ele mesmo comenta em off.

Oscar: **Para de arremeçar lixo na rua!**

**Além de ser uma tremenda falta de educação, traz doença... Enchente... E poluição...**

Logo da campanha. **NÃO JOGUE LIXO NA RUA.**

Loc. off: **Não jogue lixo na rua.**

cena extra.

Voltamos ao rapaz do parque. Ele agora joga lixo na lixeira.

Oscar comenta simpaticão, sentado no banco da praça.

Oscar: **Aê, mão santa!**

Opção de assinatura - Não jogue lixo na rua. A cidade agradece.

**NÃO JOGUE LIXO NA RUA - SPOT 30" - OSCAR.**

Oscar: Oi pessoal, aqui é o Oscar.  
Eu quero ensinar um arremesso fácil.  
Do lixo na lixeira.

Não jogue lixo na rua.

Além de ser uma baita falta de educação,  
lixo na rua traz mais doença,  
entope os bueiros, aumentando o risco de enchente,  
Polui a sua cidade, a sua casa. A SUA casa, campeão...

Arremece o lixo na lixeira.  
Vai que é fácil.  
Você nem precisa ser mão santa.

Abraço.



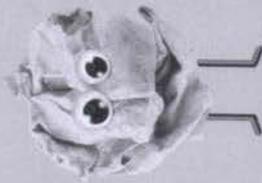
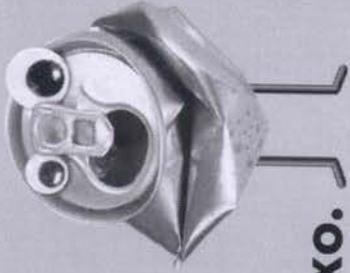
# CAMINHOS 2 - PERSONAGEM

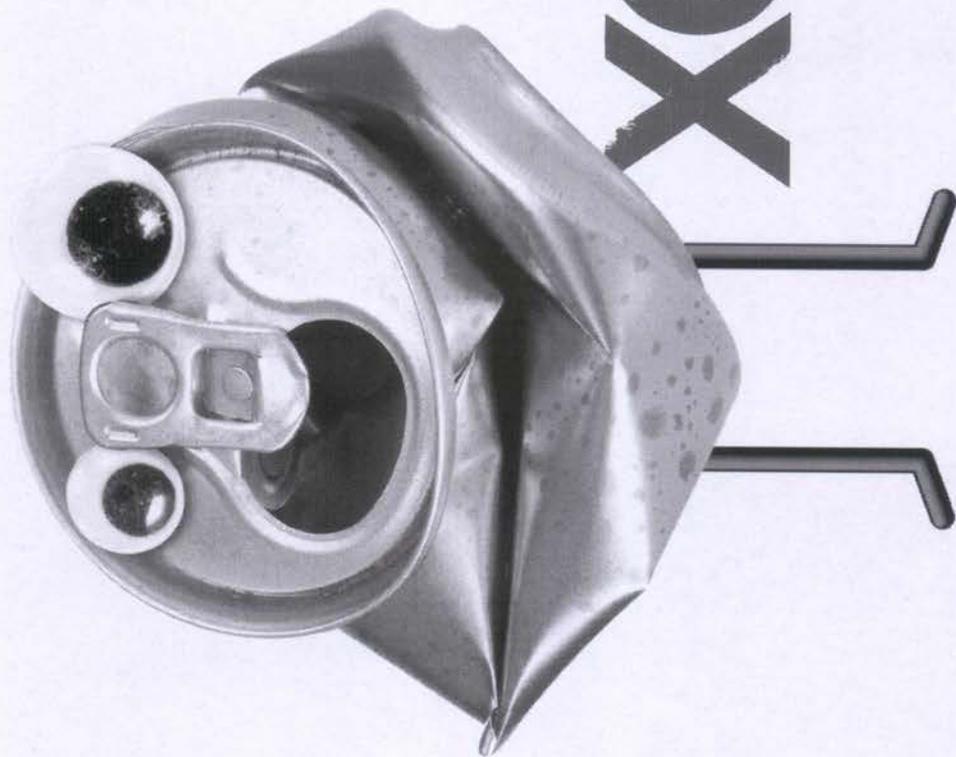
**Não jogue lixo na rua.**

**Quem pede é o próprio lixo.**

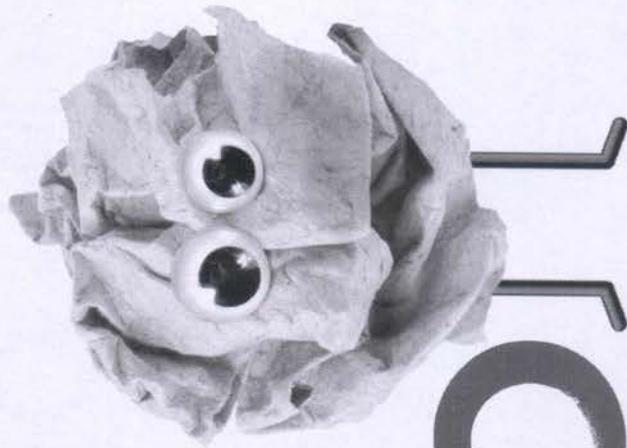
A ideia é criar dois simpáticos personagens: Lata e Papel. Mais do que ninguém conhecem o problema do lixo nas ruas e os resultados de toda essa sujeira: doença, enchente e poluição. Lata e Papel vão mostrar esses problemas com bom humor e inteligência. E para isso contam com uma palavra de ordem:

**NÃO  
JOGUE  
XÔ LIXO  
NA RUA**





NÃO  
JOGUE  
LIXO  
NA RUA



## **Não jogue lixo na rua - FILME 30" - XÔLIXO 1**

Abre filme. Câmera no chão de uma rua de uma cidade. Em primeiro plano, uma lata de refrigerante e uma bolinha de papel. Ao fundo, pessoas andam como em um dia a dia normal de trabalho. Vemos que um rapaz passa e joga um resto de cachorro quente.

Então a lata e o papel embrulhado ganham vida. Pequenos olhinhos piscam para a tela. Eles conversam.

Lata: **Olha aí... mais um chegando para a turma.**

Papel: **Ô povo ruim de mira.**

Lata: **Ruim da cabeça. Não sabe que traz doença?**

Papel: **Cabeça oca! Não vê que entope bueiro.**

Lata: **E o cheiro? Cabeça de bagre.**

Papel: **E a poluição? Cabeção!**

Lata: **Cabeça... Cabeça de papel!**

Papel: **Ô Lata, tô aqui. Não ofende.**

Lata: **Mal aé papel. Jeito de dizer.**

Entra uma espécie de carimbo na tela XÔLIXO. Não jogue lixo na rua.

Loc. off: **Xô lixo!**

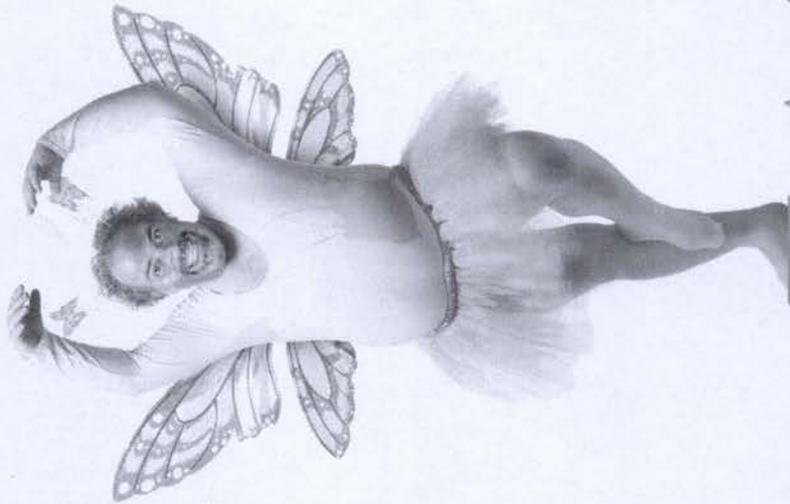
**Lixo na rua é falta de educação.  
Traz doença, enchente e poluição.**

Volta para os personagens.

Lata: **Xô lixo.**

Papel: **Xô lixo. Xô lixo.**

# CAMINHO 3 - PERSONAGEM



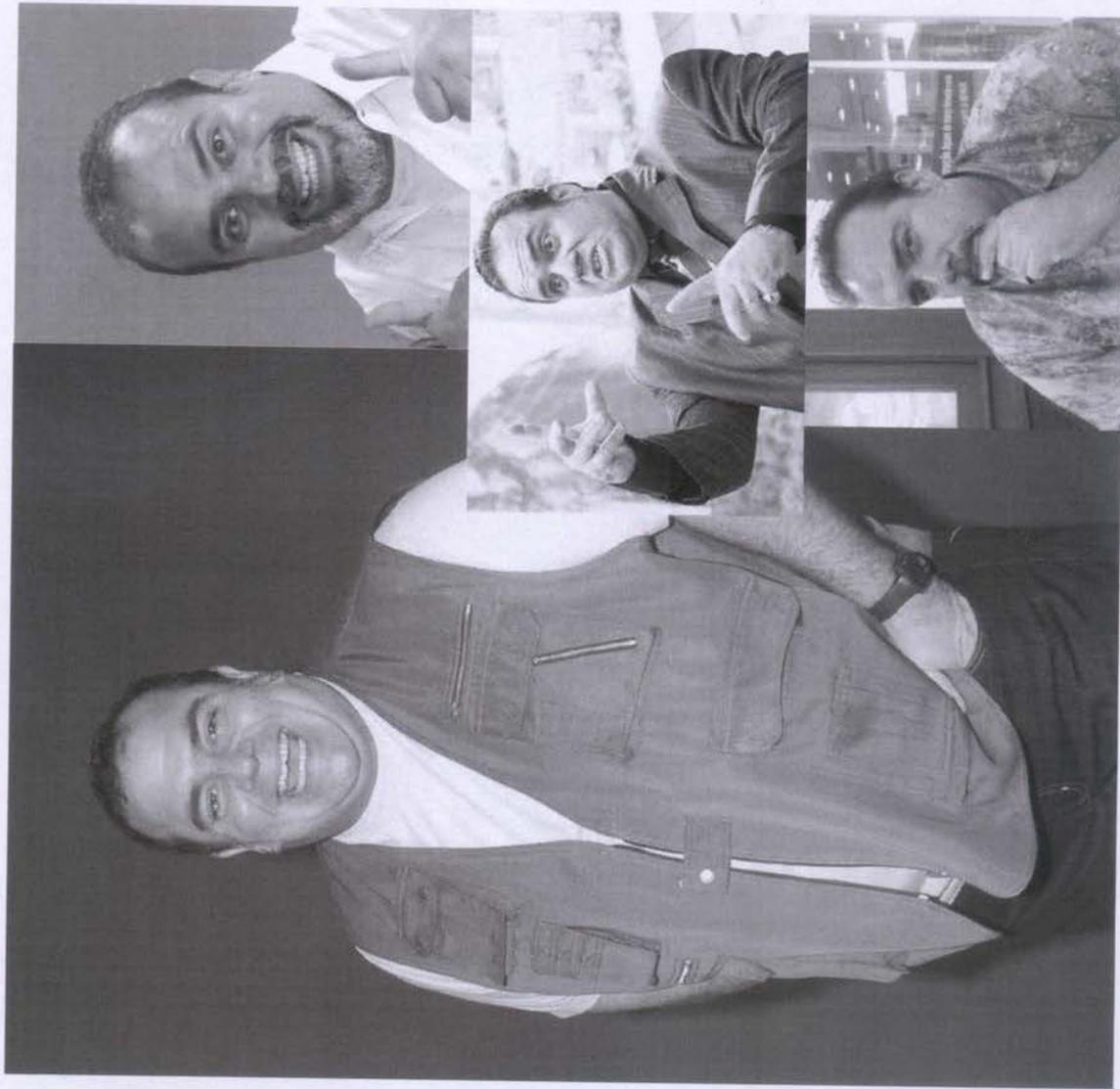
# FADADOLIXO

Wednesday April 23, 14  
*[Signature]*

## **Para onde vai todo o lixo que você joga na rua? Pergunte para a Fada do Lixo.**

Um personagem que vem do mundo da fantasia para ajudar a gente a mudar o mundo de verdade. Com muito humor, a Fada do Lixo vai nos divertir, puxando a orelha desses marmanjos que ainda não aprenderam que jogar lixo na rua é uma tremenda falta de educação.

# ANDR MATTOS



## NÃO JOGUE LIXO NA RUA - FILME 30" - FADA

Abre filme, rapaz acordando pela manhã. Ele se espreguiça na cama e sente um objeto embaixo do travesseiro: uma casca de banana.

Ele olha com estranheza, mas algo ainda mais inusitado chama a sua atenção ao pé da cama. Lá está ela: A FADA DO LIXO. Na verdade, um marmanjo meio ogro e com barba por fazer. Ele veste uma fantasia meio fajuta de fadinha. Uma saia rosa de filó, varinha e arco com anteninhas de estrelinhas.

A partir daí, acontece um diálogo inusitado.

Rapaz: **Quem é você?**

Fada: **Eu? Sou a FADA DO LIXO.**

Rapaz: **Fada do Lixo?**

O rapaz dá um pulo da cama e anda pelo quarto, tentando iniciar a rotina do dia. A FADA continua atrás dele.

Fada: **É. Pra onde você acha que vai todo o lixo que você joga na rua? (ele bate a mão no próprio peito dizendo "pra mim")**

O rapaz vai até a cômoda. Abre o gavetão e encontra um pedaço de sanduiche no meio das meias.

Fada: **É... Aquele resto de sanduba na calçada.**

Agora o rapaz está no banheiro. Abre o armário do espelho do banheiro. E um copão de refrigerante estilo fastfood é "cuspidado" para fora.

Fada: **O copão de refri pela janela do carro, lembrou?**

Ele olha para o box / banheiro. Ela está cheia. Ela está cheia. Com um pneu boiando. Tenta novamente fugir da FADA que continua falando.

O rapaz passa pela sala da casa. Vemos um sofá velho meio molhado. Uma carcaça de fogão com um monte de embalagens vazias em cima. Uma pilha de papéis velhos.

Entra locução.

Loc. off: **Jogar lixo na rua é falta de educação. Traz doença, enchente e poluição.**

O rapaz sai de casa. Quando fecha a porta, mais uma surpresa. TUM! Uma chuva de bitucas de cigarro cai na sua cabeça.

Ele anda pela rua apressadamente, olhando para trás para ver se a FADA continua o seguindo. Ele leva um novo susto.

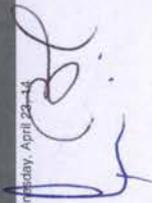
O barulho de uma forte buzina chama a sua atenção. É de um caminhão de lixo. E quem está em pé na traseira é a FADA - que finaliza.

Fada: **Quer carona?**

Logo da companhia. **NÃO JOGUE LIXO NA RUA.**

Loc. off: **Não jogue lixo na rua. NUNCA.**

OBRIGADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. C. S.', is located in the bottom right corner of the page.

OFF



Fl. \_\_\_\_\_  
2ª Vara Cível de Brasília

*Poder Judiciário*  
*Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios*  
*Segunda Vara Cível de Brasília-DF*  
**TERMO DE AUDIÊNCIA DE CONCILIAÇÃO**

**Processo: 1999.01.1.035037-3**

**Ação: CIVIL PÚBLICA**

**Requerente: MPDFT**

**Promotor de Justiça: GUILHERME FERNANDES NETO**

**Requerido: UNIBANCO LEASING ARRENDAMENTO MERCANTIL**

**Advs. Requerido: BEATRIZ DIAS RIZZO OAB/SP 118727 e ANDRÉ FONSECA  
ROLLER OAB/DF 20742**

**Aos dezenove dias do mês de agosto de dois mil e quatorze, às quinze horas e trinta minutos**, nesta cidade de Brasília, Capital da República Federativa do Brasil, e na sala de audiência deste Juízo, presente o MM. Juiz de Direito **Dr. Carlos Eduardo Batista dos Santos**, comigo, secretário de audiências, iniciou-se a audiência de tentativa de **conciliação** nos autos da ação em epígrafe. FEITO O PREGÃO, a ele respondeu a parte autora, representada pelo Promotor de Justiça Guilherme Fernandes Neto bem como a parte requerida, representada por seus advogados, acima indicados. Iniciados os trabalhos, as partes noticiaram a celebração de Termo de Ajustamento de Conduta, de número 732/2014, cujas disposições, passam a fazer parte integrante deste termo de audiência. Esclarecem os acordantes que o Termo de Ajustamento de Conduta destina-se a regular, colocando fim, à fase de cumprimento de sentença, não constituindo novação em relação à r. Sentença que colocou fim à fase de conhecimento. Em seguida, pelo MM. Juiz, foi proferida a seguinte SENTENÇA: "HOMOLOGO o acordo celebrado entre as partes para que produza seus jurídicos e legais efeitos, e por conseguinte decreto a extinção da fase executiva, com apoio no artigos 269, III, e 475-R, ambos do CPC. Sem custas e sem honorários. Sentença registrada eletronicamente, proferida e publicada em audiência; dela saindo intimados os presentes. Ante a renúncia do prazo recursal, declaro o trânsito em julgado do

Juízo de Direito da Segunda Vara Cível da Circunscrição Judiciária de Brasília – Distrito Federal.

Incluído na pauta: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_



Fl. \_\_\_\_\_  
2ª Vara Cível de Brasília

**Poder Judiciário**  
**Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios**  
**Segunda Vara Cível de Brasília-DF**  
**TERMO DE AUDIÊNCIA DE CONCILIAÇÃO**

presente *decisum*. Arquivem-se os autos com cautelas e comunicações de estilo.”  
NADA MAIS HAVENDO, encerrou-se o presente termo que, lido e achado conforme, vai  
devidamente assinado. Eu, Frederico Barbosa Lopes Filho \_\_\_\_\_, o digitei.

MM. Juiz:

Requerente:

Requerido:

Adv. requerido:

*[Assinatura]*  
*[Assinatura]*  
*[Assinatura]*  
*[Assinatura]*