

**RECURSO ESPECIAL Nº 1.705.278 - MA (2011/0132015-8)**

**RELATOR** : **MINISTRO ANTONIO CARLOS FERREIRA**  
**RECORRENTE** : VIVO S/A  
**ADVOGADOS** : GUTEMBERG SILVA BRAGA JUNIOR E OUTRO(S) - MA006456  
RENATO CALDEIRA GRAVA BRAZIL E OUTRO(S) - SP305379  
**RECORRIDO** : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO MARANHÃO  
**INTERES.** : C E A MODAS LTDA  
**ADVOGADO** : ROBERTO TRIGUEIRO FONTES E OUTRO(S) - CE013058A  
**INTERES.** : NORTE BRASIL TELECOM S/A - NBT

**EMENTA**

CONSUMIDOR E PROCESSO CIVIL. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. NEGATIVA DE PRESTAÇÃO JURISDICIONAL. NÃO OCORRÊNCIA. FUNDAMENTAÇÃO DEFICIENTE. SÚMULA N. 284 DO STF. AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO. DIREITOS E INTERESSES INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS. MINISTÉRIO PÚBLICO. LEGITIMIDADE ATIVA. PUBLICIDADE ENGANOSA. OMISSÃO. PREÇO. INFORMAÇÃO ESSENCIAL. PRODUTO OU SERVIÇO. ANÁLISE CASUÍSTICA. EMBARGOS COM PROPÓSITO DE PREQUESTIONAMENTO. SÚMULA N. 98 DO STJ. MULTA AFASTADA. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.

1. Considera-se deficiente a fundamentação de recurso especial que alega violação do art. 535 do CPC/1973 e não demonstra, clara e objetivamente, qual ponto omissivo, contraditório ou obscuro do acórdão recorrido não foi sanado no julgamento dos embargos de declaração. Incidência da Súmula n. 284 do STF.
2. Na linha da jurisprudência desta Corte, o Ministério Público tem legitimidade ativa para propor ação civil pública com o propósito de zelar tanto pelos direitos difusos quanto pelos individuais homogêneos dos consumidores, ainda que disponíveis.
3. É considerada publicidade enganosa a que contém informação total ou parcialmente falsa, ou que, mesmo por omissão, é capaz de induzir o consumidor a erro (art. 37, §§ 1º e 3º, do CDC).
4. O art. 31 do CDC traz relação meramente exemplificativa de algumas informações que devem constar na publicidade de um produto ou serviço, tais como "características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores".
5. No entanto, para a caracterização da ilegalidade omissiva, a ocultação deve ser de qualidade essencial do produto, do serviço ou de suas reais condições de contratação, considerando, na análise do caso concreto, o público alvo do anúncio publicitário.
6. Assim, a Corte Estadual, ao entender pela publicidade enganosa em razão da omissão do "preço" no encarte publicitário, sem verificar os pressupostos objetivos e subjetivos da substancialidade do dado omitido, viola o disposto nos arts. 31 e 37, § 1º, do CDC.
7. "Embargos de declaração manifestados com notório propósito de prequestionamento não têm caráter protelatório" (Súmula n. 98/STJ).
8. Recurso especial parcialmente provido para determinar o retorno dos autos ao Tribunal de origem, a fim de que analise a essencialidade do dado omitido

# *Superior Tribunal de Justiça*

"preço" no encarte publicitário, e para afastar a multa prevista no parágrafo único do art. 538 do CPC/1973.

## **ACÓRDÃO**

A Quarta Turma, por unanimidade, deu parcial provimento ao recurso especial, nos termos do voto do Sr. Ministro Relator. Os Srs. Ministros Marco Buzzi (Presidente), Raul Araújo e Maria Isabel Gallotti votaram com o Sr. Ministro Relator.

Ausente, justificadamente, o Sr. Ministro Luis Felipe Salomão.

Brasília-DF, 19 de novembro de 2019 (Data do Julgamento)

Ministro **ANTONIO CARLOS FERREIRA**

Relator