



VI SEMANA DO CONHECIMENTO

**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo **Relato de Experiência** **Relato de Caso**

AS DIRETRIZES JURISPRUDENCIAIS DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA RELACIONADAS À PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

AUTOR PRINCIPAL: Juliane Sordi Belenzier
CO-AUTORES: Jovana De Cezaro
ORIENTADOR: Nadya Regina Gusella Tonial
UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa analisar a jurisprudência do STJ em relação a matéria consumerista, investigando se há realmente a efetivação da plena proteção ao consumidor prevista no CDC, no que se refere a informação adequada e clara sobre os produtos e serviços. Justifica-se a relevância e a atualidade do tema em face das consequências que a publicidade enganosa por omissão traz aos consumidores. Para tanto, investiga-se o julgamento do REsp 1.428.801/RJ de relatoria do Ministro Humberto Martins para compreender sua importância na concretização dos direitos de proteção ao consumidor, especialmente, o de informação clara e adequada.

DESENVOLVIMENTO:

Em tempos de globalização a principal forma de interação entre o fornecedor e o consumidor acontece através da publicidade, que, segundo Eugenio Malanga é a “arte de despertar no público o desejo de compra, levando-o à ação”. A principal forma de garantir que essa publicidade não induza o consumidor ao erro é tutelada pelo CDC que, em seu artigo 37, proíbe qualquer forma de publicidade ilícita, entendida como enganosa ou abusiva. O artigo 5º da Constituição Federal traz direitos e garantias fundamentais do ser humano e, em seu inciso XXXII, elenca que o Estado promoverá a defesa do consumidor.

A publicidade enganosa pode se manifestar na forma comissiva quando distorce informações de forma a não corresponder à realidade, ou omissiva, quando 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. Dessa forma, o fornecedor tem o dever de informar sobre o produto ou serviço prestado, pois é a partir disso que o consumidor toma a decisão da sua aquisição.

Com isso, percebe-se que a proteção do Consumidor é uma das disciplinas mais desafiadoras e debatidas em julgamentos. Os tribunais superiores possuem a função de adaptar as normas do CDC às situações de fato, harmonizando a jurisprudência infraconstitucional brasileira, o que tem grande importância na efetivação da defesa do consumidor e na eficiência conferida aos casos concretos.

Analisando o acórdão da 2ª Turma do STJ no julgamento do REsp 1.428.801/RJ, com relatoria do Ministro Humberto Martins chegou-se a conclusão que o caso concreto era exemplo de publicidade enganosa por omissão. Em sua decisão, Martins afirma que “a ré expõe e comercializa seus produtos em um canal da TV fechada, valendo-se de publicidade enganosa por omitir o preço e a forma de pagamento, os quais somente podem ser obtidos mediante ligação telefônica tarifada e onerosa ao consumidor, independentemente de este adquirir ou não o produto”. Dessa forma, a empresa que anuncia produtos em um canal de televisão a cabo deveria divulgar o preço e a forma de pagamento, o que não ocorreu. Assim, a empresa restringiu a liberdade do consumidor de, preliminarmente, recusar o produto e escolher outro, visto que já despendeu dinheiro perante aquele produto. Ainda, essa publicidade contraria o CDC, que garante a informação adequada e clara sobre os produtos e serviços. A jurisprudência do STJ tem adequado as situações de relações de consumo, no sentido que o fornecedor respeite o direito de informar o consumidor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Com a análise do acórdão chegou-se a conclusão que o mesmo decidiu pela concretização do direito de informação clara ao consumidor, tendo em vista que o ato da empresa de utilizar meios de publicidade enganosa por omissão fere os direitos do consumidor. Dessa forma, a jurisprudência do STJ busca a efetivação de um direito fundamental, que se revela na proteção do consumidor.

REFERÊNCIAS

MALANGA, Eugenio. Publicidade: uma introdução. 4. ed. São Paulo: Edima, 1987, p. 11.
MARTINS, Humberto. Diretrizes Jurisprudenciais do Superior Tribunal de Justiça relacionadas à proteção do consumidor. Revista de Direito do Consumidor, Foz do Iguaçu, vol. 106, p. 01-30, agosto de 2016.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1.428.801 – RJ. Relator Ministro Humberto Martins. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/sites/STJ/>. Acesso em 29 de maio de 2019.



UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO: INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa):

ANEXOS