

Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.540.566 - SC (2015/0154209-2)

RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
RECORRIDO : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO - SC019145
ANDRE GUIMARÃES AVILLES - SP331723
RAFAEL DELGADO CHIARADIA E OUTRO(S) - SP199092
AGRAVANTE : CLARO S.A INCORPORADOR DO
_ : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO E OUTRO(S) - SC019145
AGRAVADO : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
INTERES. : NET FLORIANOPOLIS LTDA

EMENTA

RECURSO ESPECIAL E AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. AÇÃO COLETIVA. DIREITO DO CONSUMIDOR. INTERNET. BANDA LARGA. VELOCIDADE. PUBLICIDADE ENGANOSA POR OMISSÃO. AUSÊNCIA DE INFORMAÇÕES ESSENCIAIS. EFEITOS DA OMISSÃO. BOA FÉ OBJETIVA E PROTEÇÃO DA CONFIANÇA LEGÍTIMA. PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE. ARTS. 4º, III, E 35 DO CDC. REEXAME NECESSÁRIO. ART. 19 DA LEI 4.717/65. SUCUMBÊNCIA. OCORRÊNCIA. EFEITOS DA SENTENÇA DE PROCEDÊNCIA. EXTENSÃO. *ERGA OMNES*.

1. Cuida-se de ação coletiva de consumo, ajuizada pelo recorrente em face da agravante, na qual sustenta que a agravante pratica publicidade enganosa, pois noticia apenas a velocidade informada como referência da banda larga, que não é equivalente àquela garantida e efetivamente usufruída pelos consumidores ao utilizarem o serviço de acesso à internet.

2. O propósito recursal é determinar se: *a/* a publicidade que não contém informações sobre o mínimo garantido da velocidade de internet que será efetivamente usufruída pelo consumidor configura publicidade enganosa por omissão; *b/* houve sucumbência do autor da ação coletiva, apta a ensejar o duplo grau de jurisdição obrigatório previsto no art. 19 da Lei 4.717/65; *c/* os efeitos da sentença proferida em ação coletiva de consumo deve ser restringidos à competência do órgão jurisdicional prolator; *d/* a omissão de informação essencial, eventualmente verificada na hipótese concreta, tem o condão de vincular o fornecedor a alguma prestação contratual; *e/* era indispensável, na hipótese concreta, a fixação da responsabilidade genérica da ré pelos danos causados; e *f/* é correta a suspensão da exigibilidade da obrigação de fazer imposta à ré ao trânsito em julgado da condenação.

3. Recursos especiais interpostos em: 01/09/2014 e 13/10/2014; Conclusão

Superior Tribunal de Justiça

ao Gabinete em: 25/08/2016; Aplicação do CPC/73.

Do agravo em recurso especial interposto por CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A

4. A ausência de expressa indicação de obscuridade, omissão ou contradição nas razões recursais enseja o não conhecimento do recurso especial.

5. O princípio da transparência (art. 6, III, do CDC) somente será efetivamente cumprido pelo fornecedor quando a informação publicitária for prestada ao consumidor de forma adequada, clara e especificada, a fim de garantir-lhe o exercício do consentimento informado ou vontade qualificada.

6. No que diz respeito à publicidade enganosa por omissão, a indução a engano decorre da circunstância de o fornecedor negligenciar algum dado essencial sobre o produto ou serviço por ele comercializado, induzindo o consumidor à contratação por meio de erro, por não ter consciência sobre elemento que, se conhecido, prejudicaria sua vontade em concretizar a transação.

7. Na hipótese em exame, verifica-se a ocorrência da publicidade enganosa por omissão, haja vista a ausência de informação clara sobre qual a qualidade do serviço que está sendo contratado e que será prestado ao consumidor, prejudicando seu conhecimento sobre as características do serviço (informação-conteúdo) e sobre a utilidade do serviço, o que pode dele esperar (informação-utilização).

8. Na inicial da presente ação civil pública, o MP/SC requereu, expressamente, “para a presente ação abranger todos os consumidores que foram ou serão atingidos pelos efeitos da publicidade enganosa”, o que não foi acolhido pela sentença, ensejando o reexame necessário pelo Tribunal.

9. Abrangência da decisão proferida em ação coletiva em todo o território nacional, respeitados os limites objetivos e subjetivos do que decidido. Tese repetitiva.

Do recurso especial interposto pelo MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA

10. Ausentes os vícios do art. 535 do CPC, rejeitam-se os embargos de declaração.

11. A publicidade, da forma como divulgada – sobretudo quando contenha elementos capazes de iludir o consumidor –, tem os mesmos efeitos de uma oferta ao público, prevista no art. 429 do CC/02, de modo que o fornecedor de produtos ou serviços obriga-se nos exatos termos da publicidade veiculada. Precedentes.

12. A definição dos efeitos da publicidade enganosa sobre o contrato de consumo tem como norte os princípios da boa-fé objetiva e o da proteção da confiança e da expectativa legítima, sendo averiguados de forma proporcional e razoável, com a harmonização e compatibilização, vislumbrada no art. 4º, III, do CDC, da proteção do consumidor com a

Superior Tribunal de Justiça

necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico.

13. Na hipótese dos autos, embora a publicidade tenha omitido informação essencial sobre o conteúdo do serviço que oferta ao mercado, – qual seja, os requisitos mínimos de velocidade que efetivamente devem ser garantidos ao consumidor – não gera no consumidor médio expectativa legítima de que a velocidade será sempre a aquela denominada de "*velocidade nominal máxima*", pois há a advertência de que a velocidade está "*sujeita a variações*".

14. A proteção à boa fé e à confiança do consumidor está satisfeita, portanto, no reconhecimento do direito de rescindir o contrato sem encargos por não desejar receber o serviço em que a velocidade mínima que lhe é garantida – e não informada na publicidade – é inferior às suas expectativas, nos termos do art. 35, III, do CDC.

15. A ausência de fundamentação ou a sua deficiência importa no não conhecimento do recurso quanto ao tema.

16. Agravo em recurso especial de CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A conhecido para se conhecer do recurso especial e lhe negar provimento. Recurso especial do MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA parcialmente conhecido e, no ponto, parcialmente provido.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos, acordam os Ministros da Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça, na conformidade dos votos e das notas taquigráficas constantes dos autos, por unanimidade, conhecer do AREsp de Claro S.A. para se conhecer do recurso especial e negar-lhe provimento e, conhecer em parte do recurso especial do Ministério Público do Estado de Santa Catarina e, nesta parte, dar-lhe parcial provimento, nos termos do voto da Sra. Ministra Relatora. Votaram com a Sra. Ministra Nancy Andrighi os Srs. Ministros Paulo de Tarso Sanseverino, Ricardo Villas Bôas Cueva, Marco Aurélio Bellizze e Moura Ribeiro. Dr(a). LUIZ VIRGILIO PIMENTA PENTEADO MANENTE, pela parte RECORRIDA: NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A.

Brasília (DF), 11 de setembro de 2018(Data do Julgamento)

MINISTRA NANCY ANDRIGHI
Relatora

Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.540.566 - SC (2015/0154209-2)
RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
RECORRIDO : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO - SC019145
ANDRE GUIMARÃES AVILLES - SP331723
RAFAEL DELGADO CHIARADIA E OUTRO(S) - SP199092
AGRAVANTE : CLARO S.A INCORPORADOR DO
_ : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO E OUTRO(S) - SC019145
AGRAVADO : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
INTERES. : NET FLORIANOPOLIS LTDA

RELATÓRIO

A EXMA. SRA. MINISTRA NANCY ANDRIGHI:

Cuida-se de recurso especial interposto pelo MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA, com fundamento na alínea "a" do permissivo constitucional, e de agravo em recurso especial, interposto por CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A, em face da decisão que inadmitiu seu recurso especial, fundamentado nas alíneas "a" e "c" do permissivo constitucional.

Ação: coletiva de consumo, ajuizada pelo recorrente em face da agravante, na qual sustenta que a agravante pratica publicidade enganosa, pois noticia apenas a velocidade informada como referência da banda larga, que não é equivalente àquela garantida e efetivamente usufruída pelos consumidores ao utilizarem o serviço de acesso à internet.

Sentença: julgou parcialmente procedentes os pedidos, para determinar que: a) a empresa ré divulgue, de forma destacada, em todas as publicidades, contratos e respectivas ordens de serviço, a informação de que

Superior Tribunal de Justiça

garante o mínimo de 10% da velocidade contratada; e *b)* a ré encaminhe a todos os consumidores comunicação informando que garante os 10% e a lhes ofereça um plano de maior velocidade, no mesmo valor do contrato, ou a possibilidade de rescisão contratual sem qualquer encargo (e-STJ, fls. 232-244).

Embargos de declaração: opostos pela agravante, foram rejeitados.

Acórdão: deu parcial provimento à apelação da agravante, para: *a)* modificando a obrigação de correção na publicidade, determinar que a agravante sempre destaque o percentual mínimo garantido de velocidade; e *b)* excluir da condenação a determinação correspondente à notificação dos clientes para o oferecimento de novo plano ou de rescisão sem encargos. Ademais, deu parcial provimento à remessa necessária para estender os efeitos do acórdão recorrido a todos os consumidores na situação dos autos (*erga omnes*); fixando, de ofício, multa diária para o descumprimento da condenação, no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), a contar do prazo de 60 (sessenta) dias do trânsito em julgado.

Embargos de declaração: interpostos pelo recorrente e pela agravante, foram rejeitados.

Recurso especial do MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA: alega violação dos arts. 535, II, do CPC/73; 6º, III, 30, 31, 35. I, II e III, 36, 37, §§ 1º, 2º e 3º, 38 e 95 do CDC. Afirma que houve negativa de prestação jurisdicional. Aduz que, como o vício da informação publicitária foi reconhecida pelo acórdão recorrido, deveria ser concedido aos consumidores o direito de optar pelo cumprimento da proposta contida na publicidade ou pela rescisão contratual sem encargos. Afirma que, em virtude do ilícito, era necessária a condenação genérica da agravante ao pagamento dos danos sofridos pelos consumidores. Argumenta que a eficácia da obrigação de corrigir a publicidade não poderia ficar condicionada ao trânsito em julgado da condenação, pois, assim, o

dano aos consumidores seria perpetuado.

Recurso especial de CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A: apontou a violação dos arts. 535, II, do CPC/73; 30 e 31 do CDC; 16 da Lei 7.347/85; 19 da Lei 4.717/65, além de dissídio jurisprudencial. Afirma que houve negativa de prestação jurisdicional. Aduz que a fixação do percentual mínimo de velocidade em sua publicidade poderia induzir a erro o consumidor e gerar insegurança da informação, pois a atual legislação da ANATEL - Resolução 574/2011 - exige índices de qualidade ainda melhores do que os estabelecidos na sentença. Assevera que os efeitos da sentença devem ser restritos aos limites da competência territorial do órgão jurisdicional prolator. Sustenta que o Tribunal de origem não poderia reapreciar a sentença pela via da remessa necessária, pois o Ministério Público foi vendedor no primeiro grau de jurisdição.

Decisão de admissibilidade: o TJ/SC inadmitiu o recurso especial de CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A e admitiu o recurso especial do MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA.

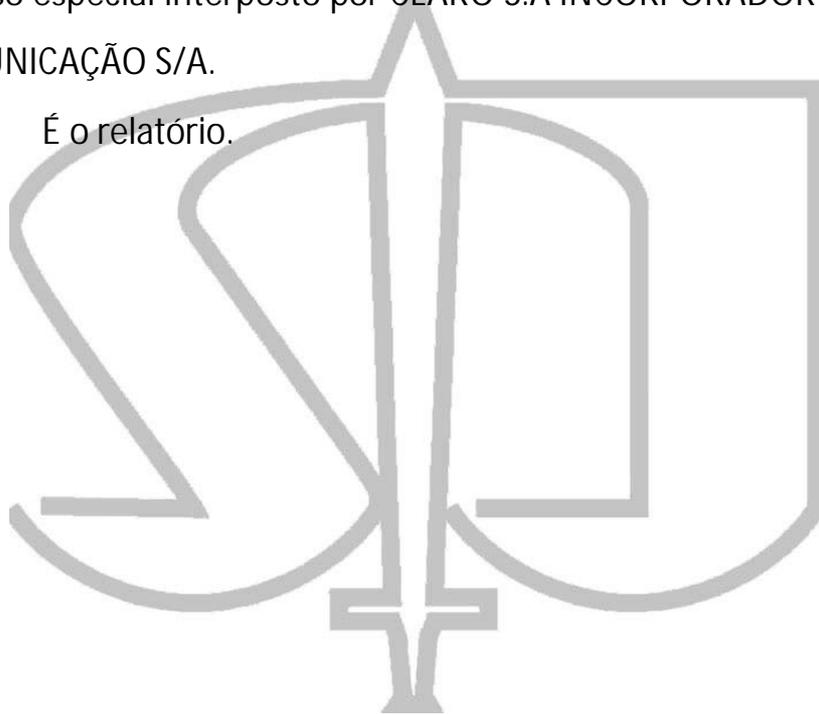
Agravo: interposto por CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A, no qual alega que cumpriu com todos os requisitos de admissibilidade do recurso especial, reiterando, ademais, a argumentação de seu apelo extremo. Sustenta que: *a)* não deveria ter apontado a violação de todos os dispositivos mencionados no acórdão, mas sim apenas aqueles que entende violados e que fundamentaram o acórdão; *b)* a jurisprudência do STJ adota a orientação da limitação dos efeitos da sentença coletiva aos limites da competência territorial; *c)* todos os dispositivos foram prequestionados; *d)* o dissídio pretoriano foi devidamente demonstrado, pois os julgados cotejados

Superior Tribunal de Justiça

possuem similitude fática; e *e* apontou claramente todos os pontos omissos do acórdão.

Parecer do Ministério Público: de lavra do i. Subprocurador-Geral da República Maurício Vieira Bracks, opina pelo conhecimento parcial e, nessa parte, desprovimento do recurso especial interposto pelo MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA e pelo conhecimento e provimento do agravo em recurso especial interposto por CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A.

É o relatório.



Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.540.566 - SC (2015/0154209-2)
RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
RECORRIDO : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO - SC019145
ANDRE GUIMARÃES AVILLES - SP331723
RAFAEL DELGADO CHIARADIA E OUTRO(S) - SP199092
AGRAVANTE : CLARO S.A INCORPORADOR DO
_ : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO E OUTRO(S) - SC019145
AGRAVADO : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
INTERES. : NET FLORIANOPOLIS LTDA

EMENTA

RECURSO ESPECIAL E AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. AÇÃO COLETIVA. DIREITO DO CONSUMIDOR. INTERNET. BANDA LARGA. VELOCIDADE. PUBLICIDADE ENGANOSA POR OMISSÃO. AUSÊNCIA DE INFORMAÇÕES ESSENCIAIS. EFEITOS DA OMISSÃO. BOA FÉ OBJETIVA E PROTEÇÃO DA CONFIANÇA LEGÍTIMA. PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE. ARTS. 4º, III, E 35 DO CDC. REEXAME NECESSÁRIO. ART. 19 DA LEI 4.717/65. SUCUMBÊNCIA. OCORRÊNCIA. EFEITOS DA SENTENÇA DE PROCEDÊNCIA. EXTENSÃO. *ERGA OMNES*

1. Cuida-se de ação coletiva de consumo, ajuizada pelo recorrente em face da agravante, na qual sustenta que a agravante pratica publicidade enganosa, pois noticia apenas a velocidade informada como referência da banda larga, que não é equivalente àquela garantida e efetivamente usufruída pelos consumidores ao utilizarem o serviço de acesso à internet.

2. O propósito recursal é determinar se: *a/* a publicidade que não contém informações sobre o mínimo garantido da velocidade de internet que será efetivamente usufruída pelo consumidor configura publicidade enganosa por omissão; *b/* houve sucumbência do autor da ação coletiva, apta a ensejar o duplo grau de jurisdição obrigatório previsto no art. 19 da Lei 4.717/65; *c/* os efeitos da sentença proferida em ação coletiva de consumo deve ser restringidos à competência do órgão jurisdicional prolator; *d/* a omissão de informação essencial, eventualmente verificada na hipótese concreta, tem o condão de vincular o fornecedor a alguma prestação contratual; *e/* era indispensável, na hipótese concreta, a fixação da responsabilidade genérica da ré pelos danos causados; e *f/* é correta a suspensão da exigibilidade da obrigação de fazer imposta à ré ao trânsito em julgado da condenação.

3. Recursos especiais interpostos em: 01/09/2014 e 13/10/2014; Conclusão ao Gabinete em: 25/08/2016; Aplicação do CPC/73.

Superior Tribunal de Justiça

Do agravo em recurso especial interposto por CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A

4. A ausência de expressa indicação de obscuridade, omissão ou contradição nas razões recursais enseja o não conhecimento do recurso especial.

5. O princípio da transparência (art. 6, III, do CDC) somente será efetivamente cumprido pelo fornecedor quando a informação publicitária for prestada ao consumidor de forma adequada, clara e especificada, a fim de garantir-lhe o exercício do consentimento informado ou vontade qualificada.

6. No que diz respeito à publicidade enganosa por omissão, a indução a engano decorre da circunstância de o fornecedor negligenciar algum dado essencial sobre o produto ou serviço por ele comercializado, induzindo o consumidor à contratação por meio de erro, por não ter consciência sobre elemento que, se conhecido, prejudicaria sua vontade em concretizar a transação.

7. Na hipótese em exame, verifica-se a ocorrência da publicidade enganosa por omissão, haja vista a ausência de informação clara sobre qual a qualidade do serviço que está sendo contratado e que será prestado ao consumidor, prejudicando seu conhecimento sobre as características do serviço (informação-conteúdo) e sobre a utilidade do serviço, o que pode dele esperar (informação-utilização).

8. Na inicial da presente ação civil pública, o MP/SC requereu, expressamente, “para a presente ação abranger todos os consumidores que foram ou serão atingidos pelos efeitos da publicidade enganosa”, o que não foi acolhido pela sentença, ensejando o reexame necessário pelo Tribunal.

9. Abrangência da decisão proferida em ação coletiva em todo o território nacional, respeitados os limites objetivos e subjetivos do que decidido. Tese repetitiva.

Do recurso especial interposto pelo MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA

10. Ausentes os vícios do art. 535 do CPC, rejeitam-se os embargos de declaração.

11. A publicidade, da forma como divulgada – sobretudo quando contenha elementos capazes de iludir o consumidor –, tem os mesmos efeitos de uma oferta ao público, prevista no art. 429 do CC/02, de modo que o fornecedor de produtos ou serviços obriga-se nos exatos termos da publicidade veiculada. Precedentes.

12. A definição dos efeitos da publicidade enganosa sobre o contrato de consumo tem como norte os princípios da boa-fé objetiva e o da proteção da confiança e da expectativa legítima, sendo averiguados de forma proporcional e razoável, com a harmonização e compatibilização, vislumbrada no art. 4º, III, do CDC, da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico.

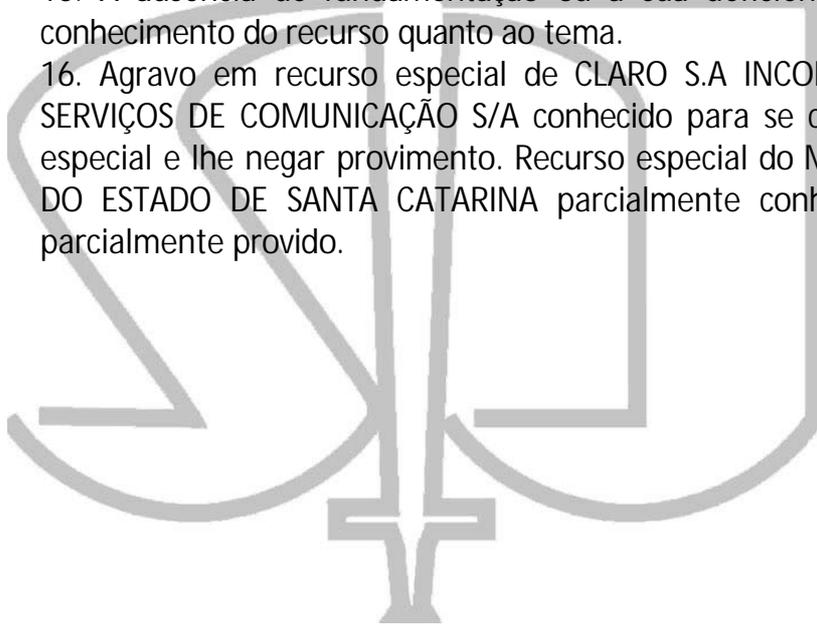
Superior Tribunal de Justiça

13. Na hipótese dos autos, embora a publicidade tenha omitido informação essencial sobre o conteúdo do serviço que oferta ao mercado, – qual seja, os requisitos mínimos de velocidade que efetivamente devem ser garantidos ao consumidor – não gera no consumidor médio expectativa legítima de que a velocidade será sempre a aquela denominada de "*velocidade nominal máxima*", pois há a advertência de que a velocidade está "*sujeita a variações*".

14. A proteção à boa fé e à confiança do consumidor está satisfeita, portanto, no reconhecimento do direito de rescindir o contrato sem encargos por não desejar receber o serviço em que a velocidade mínima que lhe é garantida – e não informada na publicidade – é inferior às suas expectativas, nos termos do art. 35, III, do CDC.

15. A ausência de fundamentação ou a sua deficiência importa no não conhecimento do recurso quanto ao tema.

16. Agravo em recurso especial de CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A conhecido para se conhecer do recurso especial e lhe negar provimento. Recurso especial do MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA parcialmente conhecido e, no ponto, parcialmente provido.



Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.540.566 - SC (2015/0154209-2)
RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
RECORRIDO : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO - SC019145
ANDRE GUIMARÃES AVILLES - SP331723
RAFAEL DELGADO CHIARADIA E OUTRO(S) - SP199092
AGRAVANTE : CLARO S.A INCORPORADOR DO
_ : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO E OUTRO(S) - SC019145
AGRAVADO : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
INTERES. : NET FLORIANOPOLIS LTDA

VOTO

A EXMA. SRA. MINISTRA NANCY ANDRIGHI (Relator):

O propósito recursal é determinar se: *a)* a publicidade que não contém informações sobre o mínimo garantido da velocidade de internet que será efetivamente usufruída pelo consumidor configura publicidade enganosa por omissão; *b)* houve sucumbência do autor da ação coletiva, apta a ensejar o duplo grau de jurisdição obrigatório previsto no art. 19 da Lei 4.717/65; *c)* os efeitos da sentença proferida em ação coletiva de consumo devem ser restringidos à competência do órgão jurisdicional prolator; *d)* a omissão de informação essencial, eventualmente verificada na hipótese concreta, tem o condão de vincular o fornecedor a alguma prestação contratual; *e)* era indispensável, na hipótese concreta, a fixação da responsabilidade genérica da ré pelos danos causados; e *f)* é correta a suspensão da exigibilidade da obrigação de fazer imposta à ré ao trânsito em julgado da condenação.

Recursos especiais interpostos em: 01/09/2014 e 13/10/2014.

Conclusão ao Gabinete em: 25/08/2016.

Aplicação do CPC/73

DO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL INTERPOSTO POR CLARO
S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A

1. DA APONTADA OFENSA AO ART. 535, II, DO CPC/73

Em relação à aventada negativa de prestação jurisdicional, a agravante se limitou a aduzir que, na hipótese de se entender não ter havido o prequestionamento de qualquer dispositivo tido por violado, deveria ser reconhecida a afronta ao art. 535, II, do CPC/73.

Observa-se, todavia, que a agravante não identificou de forma clara em que exatos pontos o Tribunal de origem teria se omitido de examinar as alegações suscitadas em seus embargos de declaração.

A ausência de expressa indicação de obscuridade, omissão ou contradição nas razões recursais enseja o não conhecimento do recurso especial. Aplica-se, neste caso, a Súmula 284/STF.

2. DA VERACIDADE DA PUBLICIDADE (arts. 30 e 31 do CDC)

No ponto, a agravante se insurge contra a determinação do acórdão recorrido de que deveria destacar, em todas as publicidades, o percentual mínimo de velocidade oferecida.

Aduz que as determinações da ANATEL acerca da velocidade mínima obrigatória são variáveis no tempo, razão pela qual seria suficiente a informação contida em sua publicidade de que "*a velocidade anunciada de acesso e tráfego na internet é a máxima virtual, podendo sofrer variações decorrentes de fatores*

externos" (fl. 624).

2.1. Do direito à informação adequada e o princípio da transparência

Nos termos do art. 6º, III, do CDC, constitui direito básico do consumidor "*a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem*".

Referido dispositivo legal reflete o princípio da transparência, que alcança a relação negocial em sua essência, devendo estar presente não apenas na formação do contrato, mas também na divulgação publicitária do produto, como manifestação dos princípios da lealdade e da boa-fé objetiva.

Oportuna, nesse ponto, a lição de Cláudia Lima Marques, no sentido de que "*informar é mais do que cumprir com o dever anexo de informação: é cooperar e ter cuidado com o parceiro contratual, [...] agindo com lealdade (pois é o fornecedor que detém a informação) e boa-fé*" (Comentários ao código de defesa do consumidor, 2ª ed., São Paulo: RT, 2006, p. 178-179, sem destaque no original).

A partir dessas considerações, conclui-se que o comando do art. 6º, III, do CDC, somente será efetivamente cumprido pelo fornecedor quando a informação publicitária for prestada ao consumidor de forma adequada, clara e especificada.

Essa informação adequada atende à finalidade de assegurar ao consumidor uma escolha consciente, permitindo que suas expectativas em relação ao produto ou serviço sejam de fato atingidas e garantindo seu consentimento informado ou vontade qualificada, essencial para a livre manifestação da sua

vontade.

De fato, na lição de Sergio Cavaliere Filho, "*sem informação adequada e precisa o consumidor não pode fazer boas escolhas, ou, pelo menos, a mais correta*" (CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de direito do consumidor. São Paulo: Atlas, 2008, p. 83).

2.2. Do direito à informação clara e precisa

Com o objetivo de dar eficácia ao compartilhamento com o consumidor de informações essenciais que só o fornecedor possui, o art. 31 do CDC estabeleceu que "*a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas 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*" (sem destaque no original).

Quanto ao tema, este Superior Tribunal de Justiça afirmou que o art. 31 do CDC comportaria quatro categorias de deveres de informar, assim diferenciadas (REsp 586.316/MG, Segunda Turma, DJe 19/03/2009):

- I. informação-conteúdo: as características do produto ou serviço colocado em comercialização;
- II. informação-utilização: instruções ao consumidor sobre a utilidade de um determinado produto ou serviço, isto é, o que ele faz;
- III. informação-preço: dados sobre preço e formas de pagamento do produto ou serviço; e
- IV. informação-advertência: alertas sobre os riscos à saúde ou segurança do consumidor que a utilização de um determinado produto ou serviço por acarretar.

O dever de informação, como consectário do dever de cooperação e da boa-fé objetiva, demanda do fornecedor comportamento ativo e positivo, tendo em vista que a legislação consumerista não aceita a regra de que "o risco é do comprador" (*caveat emptor*), também afastando qualquer tipo de silêncio ou informações parciais ou distorcidas pelo fornecedor.

2.3. Da publicidade enganosa por omissão

Ao vedar qualquer tipo de silêncio ou a prestação de informações parciais e distorcidas, o CDC impediu, de forma expressa, a publicidade enganosa, que prejudica não apenas os consumidores, mas também o próprio mercado, afetado por uma concorrência não leal.

A enganosidade se refere à potencialidade de a publicidade induzir o consumidor a erro, seja porque contém informações inverídicas (publicidade enganosa por comissão), seja porque dados essenciais à manifestação da vontade são omitidos da publicidade (publicidade enganosa por omissão).

Essa capacidade de induzir a erro o consumidor é aferida em abstrato, segundo o consumidor médio e incauto, pois o "*parâmetro para determinar se a publicidade é ou não enganosa deveria ser o observador menos atento, pois este representa uma parte não negligenciável dos consumidores*" (MARQUES, Cláudia Lima (et. al.) Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 2ª ed., São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 538, sem destaque no original).

No que diz respeito à publicidade enganosa por omissão, a indução a erro decorre da circunstância de o fornecedor negligenciar algum dado essencial sobre o produto ou serviço por ele comercializado, sendo "*considerado essencial aquele dado que tem o poder de fazer com que o consumidor não*

materialize o negócio de consumo, caso o conheça' (BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos (et. al.) Manual de Direito do consumidor. 4. ed. São Paulo: Revista dos tribunais, 2012).

O traço característico da publicidade enganosa por omissão é, pois, a indução do consumidor à contratação por meio de erro, por não ter consciência sobre elemento essencial ao negócio que, se conhecido, prejudicaria sua vontade em concretizar a transação.

2.4. Da hipótese concreta

Na hipótese dos autos, conforme ressalta o acórdão recorrido, "*os informes publicitários trazidos aos autos demonstram que a apelante utiliza as seguintes frases que, neste momento, defende como satisfatória ao conhecimento do consumidor sobre a questão apreciada: 'as velocidades nominais máximas do NET Virtua estão sujeitas à variação em função de limitações técnicas da Internet'; 'a velocidade anunciada de acesso e tráfego da internet é a nominal máxima' ou 'a velocidade nominal máxima sujeita a variações'*" (e-STJ, fl. 542).

Conforme destacado pela sentença, no entanto, diversos fatores "*podem fazer com que a velocidade nominal de acesso do usuário [...], normalmente anunciada, pelas prestadoras em seus pacotes de serviços, seja diferente da velocidade real experimentada pelo usuário'*" (e-STJ, fl. 238, sem destaque no original)

Concluiu-se, assim, na sentença, que haveria propaganda enganosa, pois, "*através da ilusão de estar adquirindo banda larga com velocidade de 1 mega, quando na realidade só terá 10% do valor [...] o consumidor acaba contratando um produto e usufruindo outro'*" (e-STJ, fls. 239-240).

Realmente, ao informar que a contratação se dará com base em

Superior Tribunal de Justiça

velocidade nominal de valor fixo e, em explicação, ser ressaltado que "*a velocidade anunciada de acesso e tráfego da internet é a nominal máxima*" ou que "*as velocidades nominais máximas do NET Virtua estão sujeitas à variação em função de limitações técnicas da Internet*", não é dada a consumidor a possibilidade de conhecer quando o contrato é descumprido se a velocidade for inferior à anunciada, pois não são esclarecidas, de forma correta, precisa e ostensiva, as efetivas condições da prestação do serviço.

O problema está, portanto, em ofertar a prestação do serviço com base em sua velocidade e em um número fixo e nominal, que, na verdade, representa uma mera referência, chamada de "*velocidade máxima*", e não a efetiva velocidade do serviço a ser concedido ao consumidor.

A sentença e o acórdão recorrido identificaram, portanto, com exatidão, a ocorrência da publicidade enganosa por omissão, haja vista a ausência de informação clara, na publicidade da agravante, de qual a qualidade do serviço que está sendo contratado e que será prestado ao consumidor, prejudicando seu conhecimento sobre as características do serviço (informação-conteúdo) e sobre a utilidade do serviço, o que pode dele esperar (informação-utilização), e, por conseguinte, a formação de sua livre e consciente manifestação de vontade.

Correta, portanto, a obrigação de fazer imposta à recorrente por meio do acórdão recorrido, de que seja destacado "*em todas as publicidades, o percentual mínimo de velocidade oferecida*" (e-STJ, fl. 549).

Destaque-se não haver motivos para a reforma da obrigação de fazer imposta à agravante, em razão de referida condenação se adequar, de forma abstrata, à alternância de regulamentações que disciplinem a matéria que já foram ou venham a ser editadas pela ANATEL.

Realmente, como forma de se adequar à norma regulamentar hoje

vigente, Resolução 574/2011 da ANATEL - a qual previu, de forma expressa, em seus arts. 16 e 17, os percentuais mínimos de velocidade instantânea e média de conexão que devem ser garantidos ao consumidor - deve a agravante CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A mencionar, com destaque, referidos parâmetros de qualidade em sua propaganda, por se tratarem de informação essencial sobre a prestação do serviço que pode vir a ser contratado pelos consumidores.

3. DA SUCUMBÊNCIA E DO REEXAME NECESSÁRIO (ART. 19 DA LEI 4.717/65).

3.1 Do Reexame Necessário

No ordenamento jurídico pátrio, algumas sentenças apenas são aptas a transitar em julgado e a produzir efeitos após ser serem apreciadas, obrigatoriamente, por dois graus de jurisdição, ensejando, assim, o duplo grau de jurisdição obrigatório, ou reexame necessário.

O fundamento desse instituto consiste em uma precaução com litígios que envolvam bens jurídicos relevantes, de forma a se impor o duplo grau de jurisdição independentemente da vontade das partes, como mecanismo de proteção ao erário e a direitos e interesses coletivos, como afirma a doutrina:

Desse modo, é possível dizer que o instituto da remessa obrigatória constitui-se em uma garantia fundamental ao sistema processual dos direitos difusos e coletivos, dada a função social que possui na proteção não só do erário público, mas, em geral, dos direitos pertencentes a toda coletividade. (SOUZA, Emerson Cortezia de; CHUERI, Miriam Fecchio. *A remessa obrigatória e as ações coletivas em espécie – sistema processual coletivo de proteção ao interesse público*. Revista de Processo: RePro, v. 36, n. 200, out. 2011)

Nessas circunstâncias, o legislador definiu, no art. 19 da Lei 4.717/65,

Superior Tribunal de Justiça

que a sentença de carência de ação ou de improcedência do pedido de ação popular se sujeita ao reexame necessário, "*não produzindo efeito senão depois de confirmada pelo tribunal*".

Nos termos da jurisprudência desta Corte, a mesma disposição deve ser aplicada às ações coletivas, como na hipótese dos autos, haja vista que "*as sentenças de improcedência de pedidos formulados em ação civil pública sujeitam-se indistintamente ao reexame necessário, seja por aplicação subsidiária do Código de Processo Civil (art. 475 do CPC/1973), seja pela aplicação analógica do Lei da Ação Popular (art. 19 da Lei n. 4.717/65)*" (REsp 1605572/MG, Segunda Turma, DJe 22/11/2017).

3.2. Da improcedência parcial do pedido na hipótese concreta

Na inicial da presente ação civil pública, o Ministério Público do Estado de Santa Catarina requereu, expressamente, "*para a presente ação abranger todos os consumidores que foram ou serão atingidos pelos efeitos da publicidade enganosa*" pleiteando "*sejam acolhidos os efeitos da coisa julgada em seu sentido mais amplo, reconhecendo, cautelar ou definitivamente, a eficácia erga omnes, ex vi leges*" (e-STJ, fl. 15).

A sentença limitou, todavia, "*a eficácia da sentença ao território do Estado onde proferida*" (e-STJ, 243).

Verifica-se, portanto, que esse específico pedido do Ministério Público do Estado de Santa Catarina foi julgado improcedente, razão pela qual seu exame deveria ter sido realizado, como de fato foi, pelo TJ/SC, em duplo grau obrigatório de jurisdição, não havendo como se cogitar de violação ao art. 19 da Lei 4.717/65, dada a sucumbência do autor coletivo no ponto.

4. EXTENSÃO E LIMITES DA COISA JULGADA EM AÇÃO CIVIL PÚBLICA

A questão relacionada aos limites territoriais da coisa julgada das ações coletivas está pacificada no STJ, tendo sido objeto de exame em recurso especial representativo da controvérsia, no qual se fixou a tese repetitiva de que *"os efeitos e a eficácia da sentença não estão circunscritos a lindes geográficos, mas aos limites objetivos e subjetivos do que foi decidido, levando-se em conta, para tanto, sempre a extensão do dano e a qualidade dos interesses metaindividuais postos em juízo (arts. 468, 472 e 474, CPC e 93 e 103, CDC)"* (REsp 1243887/PR, Corte Especial, DJe 12/12/2011).

Referido entendimento é corroborado pelos recentes julgados das Turmas componentes da 2ª Seção, entre os quais: REsp 1554153/RS, Terceira Turma, DJe 01/08/2017; e REsp 1349188/RJ, Quarta Turma, DJe 22/06/2016.

A presente decisão, portanto, tem validade em todo o território nacional, respeitados os limites objetivos e subjetivos do que decidido.

DO RECURSO ESPECIAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA

1. DA APONTADA VIOLAÇÃO AO ART. 535, II, DO CPC/73

No acórdão recorrido não há omissão, contradição ou obscuridade.

De fato, a matéria tida por omissa, versada no art. 35, I, II e III, do CDC, foi devidamente enfrentada pelo Tribunal de origem, o qual, no entanto, decidiu em sentido oposto ao pretendido pelo recorrente, ao asseverar que

a imposição de informar os consumidores que já contrataram o serviço NET Virtua é desnecessária, à medida que já consta expressamente no item n. 08.01 do Contrato de Prestação de serviço a informação sobre a

velocidade mínima que é assegurada (fl. 69). Assim, que a condenação na forma do item "B" não encontra lastro na prova dos autos [...] (e-STJ, fl. 546).

Dessa maneira, o art. 535 do CPC/73 não foi violado.

2. DO PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO DO FORNECEDOR À PUBLICIDADE

Orientado pela concepção de que a publicidade, quando viciada, é capaz de macular a livre manifestação de vontade do consumidor – levando-o a negociar movido pela falsa percepção da sua própria realidade (por erro ou ignorância) – o CDC a integrou à fase pré-contratual.

De fato, para proteger a livre vontade do consumidor e sua boa-fé em relação aos elementos essenciais do negócio, o art. 30 do CDC previu o princípio da vinculação contratual da publicidade, o qual "*visa a tornar obrigatório o cumprimento das informações expostas na mensagem publicitária, assim como se fosse uma oferta [...] subordinando a "oferta publicitária" ao simples aceite do consumidor para se tornar um contrato completo*" (SPERANZA, Henrique de Campos Gurgel. Publicidade enganosa e abusiva. Repertório IOB de Jurisprudência: Civil, Processual, Penal e Comercial, São Paulo, n. 13, p. 499-486, 1. quin. jul. 2017, sem destaque no original).

Assim, a publicidade, da forma como divulgada – sobretudo quando contenha elementos capazes de iludir o consumidor –, tem os mesmos efeitos de uma oferta ao público, prevista no art. 429 do CC/02, razão pela qual se considera que a publicidade consagra, desde logo, os requisitos essenciais do futuro contrato, que pode ser formalizado pelo consumidor com o mero exercício de sua aceitação.

A jurisprudência desta Corte adota esse entendimento, ao consignar que "*o princípio da vinculação da publicidade reflete a imposição da transparência*

e da boa-fé nos métodos comerciais, na publicidade e nos contratos, de modo que o fornecedor de produtos ou serviços obriga-se nos exatos termos da publicidade veiculada' (REsp 1188442/RJ, Quarta Turma, DJe 05/02/2013, sem destaque no original).

2.1. Da vinculação decorrente de publicidade enganosa (art. 35 do CDC)

A definição dos efeitos da publicidade enganosa sobre o contrato de consumo tem como norte os princípios da boa-fé objetiva e o da proteção da confiança e da expectativa legítima.

Essa é a orientação adotada por esta Corte, consagrada no entendimento de que "*descumprido o dever de informar adequadamente - o que se observa mediante a redação clara, legível e inequívoca da mensagem publicitária -, prevalece imperiosamente a aparência, ou seja, aquilo que for compreensível ao consumidor mediano, indivíduo hipossuficiente e vulnerável, que não detém conhecimento técnico da realidade prática a que se submetê'* (REsp 1365609/SP, Quarta Turma, DJe 25/05/2015, sem destaque no original).

A aparência, decorrente da compreensão do consumidor médio, deve ser averiguada de forma proporcional e razoável, com a harmonização e compatibilização, vislumbrada no art. 4º, III, do CDC, da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, na busca do equilíbrio entre consumidores e fornecedores.

A respeito da questão, a doutrina adota o que se denomina "*teoria dos efeitos da vontade'*, segundo a qual "*havendo divergência [...] entre a vontade interna e a vontade declarada, prevalece em princípio da vontade declarada, se (e*

na medida em que) despertou a confiança' MARQUES, Cláudia Lima (et. al.). Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 466).

Referida confiança é protegida se configurar uma expectativa legítima, a qual não se caracteriza se "*o outro contratante sabia ou podia saber razoavelmente, no mesmo momento da declaração, que aquela não era a vontade interna de seu parceiro'*", circunstância na qual a "*poderá a declaração ser anulada'*" (*Idem ibidem*, p. 466).

Realmente, a verificação da extensão da aparência e sua decorrente aptidão para a criação de expectativas legítimas depende da análise empírica de cada caso concreto, sendo obtemperadas as consequências das afirmações e omissões da publicidade enganosa na confiança criada no consumidor.

2.2. Da hipótese concreta

Na hipótese em exame, a agravante - CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A – omitiu em sua publicidade informação essencial sobre o conteúdo do serviço que oferta ao mercado, qual seja, os requisitos mínimos de velocidade que efetivamente devem ser prestados ao consumidor.

Conquanto tenha deixado de mencionar essa informação essencial – que poderia, portanto, alterar a disposição do consumidor em assinar o contrato –, a publicidade difundida contém, conforme verificado pelo Tribunal de origem, os seguintes dizeres: "*as velocidades nominais máximas do NET Virtua estão sujeitas à variação em função de limitações técnicas da Internet'*"; "*a velocidade anunciada de acesso e tráfego da internet é a nominal máxima' ou 'a velocidade nominal máxima sujeita a variações"* (e-STJ, fl. 542).

Observa-se, assim, que, embora não conste na publicidade, de forma clara e transparente, os exatos termos da prestação do serviço, não há, na hipótese concreta, como se interpretar – mesmo sob a ótica do consumidor mediano – que a velocidade da *internet* efetivamente prestada será sempre a nominalmente indicada na denominação do plano de prestação de serviços, pois o consumidor é advertido que se trata de "*velocidade nominal máxima*" e que a velocidade está "*sujeita a variações*".

Dessa forma, se é certo que o consumidor possa se arrepender de contratar um serviço que tenha um percentual mínimo de garantia de velocidade que não lhe foi informado e que não lhe agrada – o que pode lhe ensejar a pretensão de rescindir o contrato, na forma do art. 35, III, do CDC –, por outro lado, a publicidade não lhe gera expectativa legítima de que sua velocidade será sempre a aquela denominada de "velocidade nominal máxima".

Assim, considerando essa peculiaridade da hipótese concreta, não há como garantir ao consumidor o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta (art. 35, I, do CDC) ou mesmo possibilitar-lhe a aceitação de serviço equivalente (art. 35, II, do CDC), pois, nesse ponto, há suficiente clareza na publicidade de que o serviço é variável e que a velocidade indicada é apenas máxima.

A proteção à sua boa-fé e à sua confiança reside, portanto, no reconhecimento do direito de rescindir o contrato sem encargos por não desejar receber o serviço em que a velocidade mínima que lhe é garantida – e não informada na publicidade – é inferior às suas expectativas, nos termos do art. 35, III, do CDC.

3. DOS DANOS DECORRENTES DA PUBLICIDADE ENGANOSA

POR OMISSÃO (art. 95 do CDC)

Conforme asseverado pelo Tribunal de origem, "*a questão posta em juízo se resumiu à forma da publicidade, não tendo sido objeto da lide eventuais danos causados, motivo pelo qual inexistente possibilidade do pleito ser acolhido*" (e-STJ, fl. 548).

No recurso especial, o recorrente limita-se a sustentar que "*ao desconsiderar que a condenação genérica a indenizar advém do reconhecimento do vício de informação na ação coletiva de consumo ajuizada, a Corte de origem contrariou o art. 95 do CDC, por não garantir que os consumidores que se sentirem lesados possam se habilitar para comprovar seus danos individuais em fase de liquidação*" (e-STJ, fl. 719).

Como se vê, o recorrente não impugnou devidamente o fundamento do acórdão recorrido de que os danos causados não foram objeto do pedido ou da causa de pedir expostos na inicial da ação coletiva, cujo objeto teria se restringido à verificação ou não da ocorrência de publicidade enganosa.

Atraiu, assim, o óbice da Súmula 284/STF, decorrente da deficiência da fundamentação recursal, ao não demonstrar o modo pelo qual o entendimento do Tribunal de origem teria violado o art. 95 do CDC.

4. DA EFICÁCIA DA OBRIGAÇÃO DE FAZER

Quanto ao tema, o recorrente aponta violação aos arts. 6º, III, 30, 31, 36, 37, §§ 1º, 2º e 3º, e 38 do CDC, aduzindo que o condicionamento da exequibilidade da obrigação de fazer ao trânsito em julgado da condenação suspenderia a eficácia desses dispositivos.

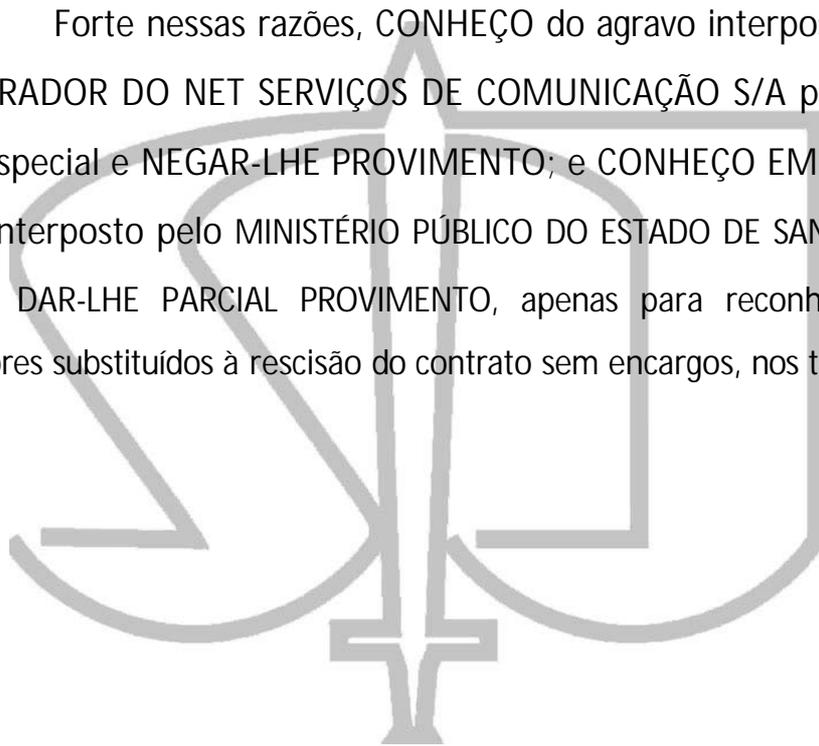
Observa-se, contudo, que nenhum dos artigos do CDC tidos por violados trata especificamente da questão referente à eficácia imediata da

condenação em obrigação de fazer constante em ação coletiva de consumo.

Assim, o recorrente não demonstrou, a contento, como o acórdão recorrido teria violado referidos dispositivos, razão pela qual incide, no ponto, a Súmula 284/STF, ante a configuração de deficiência da fundamentação recursal.

5. CONCLUSÃO

Forte nessas razões, CONHEÇO do agravo interposto por CLARO S.A INCORPORADOR DO NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A para CONHECER do recurso especial e NEGAR-LHE PROVIMENTO; e CONHEÇO EM PARTE do recurso especial interposto pelo MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA para, no ponto, DAR-LHE PARCIAL PROVIMENTO, apenas para reconhecer o direito dos consumidores substituídos à rescisão do contrato sem encargos, nos termos do art. 35, III, do CDC.



**CERTIDÃO DE JULGAMENTO
TERCEIRA TURMA**

Número Registro: 2015/0154209-2 **PROCESSO ELETRÔNICO REsp 1.540.566 / SC**

Números Origem: 00652617820148240000 023090393131 023090393131001 20120397151
20120397151000100 20120397151000200 20120397151000201 20120397151000300
20120397151000400 20121564521 201215645213189 23090393131

PAUTA: 11/09/2018

JULGADO: 11/09/2018

Relatora

Exma. Sra. Ministra **NANCY ANDRIGHI**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro **MOURA RIBEIRO**

Subprocurador-Geral da República

Exmo. Sr. Dr. **OSNIR BELICE**

Secretária

Bela. **MARIA AUXILIADORA RAMALHO DA ROCHA**

AUTUAÇÃO

RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
RECORRIDO : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO - SC019145
ANDRE GUIMARÃES AVILLES - SP331723
RAFAEL DELGADO CHIARADIA E OUTRO(S) - SP199092
AGRAVANTE : CLARO S.A INCORPORADOR DO
_ : NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A
ADVOGADOS : PATRÍCIA HELENA MARTA MARTINS - SP164253
JOÃO DE BONA FILHO E OUTRO(S) - SC019145
AGRAVADO : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA
INTERES. : NET FLORIANOPOLIS LTDA

ASSUNTO: DIREITO DO CONSUMIDOR - Práticas Abusivas

SUSTENTAÇÃO ORAL

Dr(a). **LUIZ VIRGILIO PIMENTA PENTEADO MANENTE**, pela parte RECORRIDA: NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A

CERTIDÃO

Certifico que a egrégia TERCEIRA TURMA, ao apreciar o processo em epígrafe na sessão realizada nesta data, proferiu a seguinte decisão:

A Terceira Turma, por unanimidade, conheceu do AREsp de Claro S.A. para se conhecer do recurso especial e negar-lhe provimento e, conheceu em parte do recurso especial do Ministério Público do Estado de Santa Catarina e, nesta parte, deu-lhe parcial provimento, nos

Superior Tribunal de Justiça

termos do voto da Sra. Ministra Relatora. Votaram com a Sra. Ministra Nancy Andrichi os Srs. Ministros Paulo de Tarso Sanseverino, Ricardo Villas Bôas Cueva, Marco Aurélio Bellizze e Moura Ribeiro.

