



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

RECURSO ESPECIAL Nº 1.057.828 - SP (2008/0104560-2)

RELATORA : **MINISTRA ELIANA CALMON**
RECORRENTE : **FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON**
PROCURADOR : **MARIA BERNADETE BOLSONI PITTON E OUTRO(S)**
RECORRIDO : **ASIA MOTORS DO BRASIL S/A**
ADVOGADO : **ADRIANA PAULA SOTERO E OUTRO(S)**

EMENTA

PROCESSUAL CIVIL E DIREITO DO CONSUMIDOR – ANÚNCIO DE VEÍCULO – VALOR DO FRETE – INFORMAÇÃO NO RODAPÉ – LETRAS MIÚDAS – REEXAME DE PROVA – ÓBICE DA SÚMULA 7/STJ – PROPAGANDA ENGANOSA – NÃO-CARACTERIZAÇÃO.

1. Inviável a verificação do tamanho dos caracteres utilizados no anúncio publicitário, em razão do óbice da Súmula 7/STJ.

2. Anúncio publicitário que informa a não-inclusão do valor do frete no preço ofertado e, ao mesmo tempo, não especifica o seu valor correspondente, por si só, não configura publicidade enganosa ou abusiva, ainda que essa informação conste no rodapé do anúncio veiculado em jornal.

3. Recurso especial não provido.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os autos em que são partes as acima indicadas, acordam os Ministros da Segunda Turma do Superior Tribunal de Justiça "Prosseguindo-se no julgamento, após o voto-vista do Sr. Ministro Herman Benjamin, acompanhando a Sra. Ministra Eliana Calmon, a Turma, por unanimidade, negou provimento ao recurso, nos termos do voto da Sra. Ministra-Relatora, com a ressalva do ponto de vista do Sr. Ministro Herman Benjamin." Os Srs. Ministros Castro Meira, Humberto Martins, Herman Benjamin (voto-vista) e Mauro Campbell Marques votaram com a Sra. Ministra Relatora.

Brasília-DF, 02 de setembro de 2010(Data do Julgamento)

MINISTRA ELIANA CALMON
Relatora



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

RECURSO ESPECIAL Nº 1.057.828 - SP (2008/0104560-2)

RECORRENTE : FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON
PROCURADOR : MARIA BERNADETE BOLSONI PITTON E OUTRO(S)
RECORRIDO : ASIA MOTORS DO BRASIL S/A
ADVOGADO : ADRIANA PAULA SOTERO E OUTRO(S)

RELATÓRIO

A EXMA. SRA. MINISTRA ELIANA CALMON: Na origem, cuida-se de ação anulatória de penalidade administrativa proposta pela recorrida contra a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON, sob o fundamento de que fora autuada e penalizada com multa decorrente de anúncio publicitário de automóvel, veiculado em jornal de grande circulação, em desacordo com o art. 37, § 1º, do Código de Defesa do Consumidor, pelo fato de não estar discriminado o valor do frete.

A ação foi julgada procedente para o fim de anular o auto de infração e a imposição de multa (fl. 176).

Essa decisão ensejou a interposição de apelação ao Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, sem sucesso, conforme acórdão abaixo ementado:

DIREITO DO CONSUMIDOR – ANÚNCIO DE VEÍCULO SEM VALOR DO FRETE – INFORMAÇÃO NO RODAPÉ DE QUE O PREÇO DO PRODUTO ANUNCIADO NÃO INCLUI O VALOR DO FRETE – SUFICIÊNCIA – PROPAGANDA ENGANOSA OU FRAUDULENTA – NÃO CARACTERIZAÇÃO – PROCEDÊNCIA DA AÇÃO MANTIDA.

(fl. 226)

Irresignado, interpõe o Procon este recurso especial, com fulcro na alínea "a" do permissivo constitucional, sob alegação de violação do art. 37, § 1º, do CDC.

Sustenta, em síntese, que o anúncio de vendas de automóveis, constando a "não inclusão do frete em caracteres miúdos e no rodapé, sem indicar ainda qual seria este valor" (fl. 244), constitui infração ao Código de Defesa do Consumidor.

Requer seja provido o especial para julgar improcedente a ação.

Apresentadas contrarrazões, inadmitido o especial, subiram os autos por força de agravo de instrumento (fl. 294).

É o relatório.



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

RECURSO ESPECIAL Nº 1.057.828 - SP (2008/0104560-2)

RELATORA : MINISTRA ELIANA CALMON
RECORRENTE : FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON
PROCURADOR : MARIA BERNADETE BOLSONI PITTON E OUTRO(S)
RECORRIDO : ASIA MOTORS DO BRASIL S/A
ADVOGADO : ADRIANA PAULA SOTERO E OUTRO(S)

VOTO

A EXMA. SRA. MINISTRA ELIANA CALMON (RELATORA): A questão a ser apreciada nestes autos é verificar se **o anúncio de vendas de automóveis, em que consta a não-inclusão do frete no rodapé, sem indicação de valor, é capaz de induzir a erro o consumidor**, ensejando violação do art. 37, § 1º, do Código de Defesa do Consumidor.

Assim dispõe o referido dispositivo legal:

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.

A teor do que dispõe o § 3º do art. 37 do CDC, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Segundo o Prof. e Magistrado Rizzatto Nunes, a palavra essencial "será aquela informação ou dado cuja ausência influencie o consumidor na sua decisão de comprar, bem como não gere um conhecimento adequado do uso e consumo do produto ou serviço, 'realmente', tal como são" (*in* Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, Editora Saraiva, 2ª edição reformulada, 2005, pág. 449).

Nas lições de Herman Benjamin, Claudia Lima Marques e Leonardo Roscoe Bessa, *in* "Manual de Direito do Consumidor", Editora Revista dos Tribunais, 2008, f. 204, existem dois tipos básicos de publicidade enganosa: a por comissão e a por omissão.



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

Na publicidade enganosa por comissão, o fornecedor afirma algo capaz de induzir o consumidor em erro, ou seja, diz algo que não é. Já na publicidade enganosa por omissão, o anunciante deixa de afirmar algo relevante e que, por isso mesmo, induz o consumidor em erro, isto é, deixa de dizer algo que é.

Diante desse contexto doutrinário, no presente caso, concluiu o Tribunal *a quo* que a forma como anunciado o produto não induz a erro o consumidor, pois contém a informação de que o frete não está incluso (fls. 230/231).

O PROCON/SP, por sua vez, afirmou que:

a recorrida veiculou anúncios de automóveis **com informações reduzidas no rodapé** de que no valor do veículo não estava incluído o valor do frete, não informando qual seria este valor. (...) Não há espaço para dúvidas. **O anúncio apresentava preços e outras informações de forma destacada, mas a não inclusão do frete em caracteres miúdos e no rodapé**, sem indicar ainda qual seria este valor. É claro seu potencial de indução a erro.

(fl. 244 - *grifos nossos*)

O Tribunal de origem, todavia, assim entendeu:

(...) Conforme se verifica da propaganda, no rodapé constam as informações necessárias, inclusive o aviso de que o valor do frete não está incluído no preço do produto (fls. 115).

(fl. 229)

Observa-se no trecho acima que não foi mencionado pela Corte *a quo* a forma ou tamanho em que se apresentavam os caracteres das informações no rodapé, limitando-se a deixar clara a sua existência. Diante disso, verificar se as letras eram legíveis ou não implicaria, inevitavelmente, em revolvimento das provas, procedimento esse vedado em recurso especial, a teor do que dispõe a Súmula 7/STJ

Superada essa questão, resta analisar a tese de que a simples ausência do valor do frete do produto já configuraria em publicidade enganosa.

Nos termos do art. 31 do Código de Defesa do Consumidor, a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar, entre outros dados, informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, garantia, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem.

Assim, a partir de um juízo de razoabilidade, entendo que se o anúncio publicitário consignar que o valor do frete não está incluído no preço ofertado, não há, a toda vista, publicidade enganosa ou abusiva, ainda que essa informação conste no rodapé do anúncio



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

veiculado em jornal ou outro meio de comunicação impresso.

Reforça-se que não estamos diante de situação em que o anúncio é absolutamente omissivo quanto à parcela do preço do produto (frete). Nesse caso, até se cogitaria a ideia de que o consumidor seria induzido em erro e se surpreenderia com a exigência dessa quantia, não prevista no anúncio.

Ademais, entender pela necessidade de fazer constar o valor do frete do produto em todos os anúncios, inviabilizaria as campanhas publicitárias de âmbito nacional, especialmente em nosso país de proporções continentais, em que essa parcela necessariamente sofreria grandes variações.

Com essas considerações, nego provimento ao recurso especial.

É o voto.



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

CERTIDÃO DE JULGAMENTO SEGUNDA TURMA

Número Registro: 2008/0104560-2

REsp 1057828 / SP

Números Origem: 200701935582 29334755 2933475701

PAUTA: 20/04/2010

JULGADO: 04/05/2010

Relatora

Exma. Sra. Ministra **ELIANA CALMON**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro **HUMBERTO MARTINS**

Subprocurador-Geral da República

Exmo. Sr. Dr. **JOÃO FRANCISCO SOBRINHO**

Secretária

Bela. **VALÉRIA ALVIM DUSI**

AUTUAÇÃO

RECORRENTE : FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON
PROCURADOR : MARIA BERNADETE BOLSONI PITTON E OUTRO(S)
RECORRIDO : ASIA MOTORS DO BRASIL S/A
ADVOGADO : ADRIANA PAULA SOTERO E OUTRO(S)

ASSUNTO: Administrativo - Ato - Anulatória

CERTIDÃO

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

"Após o voto da Sra. Ministra Eliana Calmon, negando provimento ao recurso, pediu vista dos autos, antecipadamente, o Sr. Ministro Herman Benjamin."

Aguardam os Srs. Ministros Castro Meira, Humberto Martins e Mauro Campbell Marques.

Brasília, 04 de maio de 2010

VALÉRIA ALVIM DUSI
Secretária



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

RECURSO ESPECIAL Nº 1.057.828 - SP (2008/0104560-2)

RELATORA : MINISTRA ELIANA CALMON
RECORRENTE : FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON
PROCURADOR : MARIA BERNADETE BOLSONI PITTON E OUTRO(S)
RECORRIDO : ASIA MOTORS DO BRASIL S/A
ADVOGADO : ADRIANA PAULA SOTERO E OUTRO(S)

VOTO-VISTA

O EXMO. SR. MINISTRO HERMAN BENJAMIN: Trata-se de Recurso Especial interposto, com fundamento no art. 105, III, "a", da Constituição da República, contra acórdão do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, assim ementado:

DIREITO DO CONSUMIDOR – ANÚNCIO DE VEÍCULO SEM VALOR DO FRETE – INFORMAÇÃO NO RODAPÉ DE QUE O PREÇO DO PRODUTO ANUNCIADO NÃO INCLUI O VALOR DO FRETE – SUFICIÊNCIA – PROPAGANDA ENGANOSA OU FRAUDULENTA – NÃO CARACTERIZAÇÃO – PROCEDÊNCIA DA AÇÃO MANTIDA (e-STJ fl. 226).

A recorrente aponta ofensa ao art. 37, § 1º, da Lei 8.078/1990. Afirma que foi caracterizada a propaganda enganosa, tendo em vista que " o anúncio apresentava preços e outras informações de forma destacada, mas a não inclusão do frete em caracteres miúdos e no rodapé, sem indicar ainda qual seria este valor (...) é claro seu potencial de indução a erro" (fl. 244, e-STJ).

Contra-razões às fls. 264-268.

É o **relatório**.

Passo ao meu voto.

Os autos foram recebidos neste Gabinete em 6.5.2010.

Cuida-se de ação anulatória de penalidade administrativa ajuizada pela recorrida contra a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON. A autuação ocorreu por não estar discriminado, em propaganda de veículo de luxo em jornal de grande



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

circulação, o valor do frete do produto, em desacordo com o art. 37, § 1º, do Código de Defesa do Consumidor. O juiz de primeiro grau julgou procedente a demanda para anular a multa

O Tribunal de Justiça manteve o *decisum* sob a seguinte fundamentação:

Ora, como diz a própria autora, a propaganda do veículo Galoper II, Luxo, são (sic) para *pessoas de alto poder aquisitivo de tal sorte* que, a começar daí, já *a ausência do valor do frete é algo rigorosamente insignificante*. Quem for ou foi atrás desse veículo para comprar, à vista da propaganda veiculada, com a maior certeza está interessada em adquirir um produto de luxo, sem maiores preocupações com respeito ao dinheiro que irá despendar, ainda que seja avisado na hora de fechar o negócio que terá de pagar um **plus** pelo frete.

Portanto, a propaganda há de ser vista em relação ao público alvo e não como algo prejudicial à toda coletividade. *Conforme se verifica da propaganda, no rodapé constam as informações necessárias, inclusive o aviso de que o valor do frete não está incluído no preço do produto (fls. 115).*

É obrigatório que o anunciante, no caso específico, diga o valor do frete? É manifesto que não, bastando apenas o aviso de que o valor do frete não se inclui no preço do veículo. Aliás, tal estratégia pode ir até mesmo contra o anunciante, já que o potencial adquirente pode até ser desestimulado a procurar a agência de carros já que pode presumir que se não constou o valor é porque o preço do frete é bastante alto.

(...)

Poder-se-ia argumentar que a propaganda acena com a venda pelo preço fixado, mas acrescenta valor a título de frete e que só o deslocamento do adquirente à loja, já caracteriza a má-fé, posto que faz com que este se dirija ao estabelecimento quando, se soubesse antecipadamente do preço do frete, não iria. Acontece que essa hipótese não se configura como indução a erro por parte do consumidor. Qual é o erro possível, se a propaganda avisa que o frete não está incluso, ou seja, de que haverá cobrança de frete por ocasião da venda?

A Ministra Eliana Calmon a) negou provimento ao Recurso Especial, afastando a violação ao art. 37, § 1º, do CDC, pois "se o anúncio publicitário consignar que o valor do frete não está incluído no preço ofertado, não há, a toda vista, publicidade enganosa ou abusiva, ainda que essa informação conste no rodapé do anúncio veiculado em jornal ou outro meio de comunicação impresso"; e b) aplicou a Súmula 7/STJ nestes termos:

O PROCON/SP, por sua vez, afirmou que:



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

a recorrida veiculou anúncios de automóveis **com informações reduzidas no rodapé** de que no valor do veículo não estava incluído o valor do frete, não informando qual seria este valor. (...) Não há espaço para dúvidas. **O anúncio apresentava preços e outras informações de forma destacada, mas a não inclusão do frete em caracteres miúdos e no rodapé**, sem indicar ainda qual seria este valor. É claro seu potencial de indução a erro.

(fl. 244 - *grifos nossos*)

O Tribunal de origem, todavia, assim entendeu:

(...) Conforme se verifica da propaganda, no rodapé constam as informações necessárias, inclusive o aviso de que o valor do frete não está incluído no preço do produto (fls. 115).

(fl. 229)

Observa-se no trecho acima que não foi mencionado pela Corte *a quo* a forma ou tamanho em que se apresentavam os caracteres das informações no rodapé, limitando-se a deixar clara a sua existência. Diante disso, verificar se as letras eram legíveis ou não implicaria, inevitavelmente, em revolvimento das provas, procedimento esse vedado em recurso especial, a teor do que dispõe a Súmula 7/STJ

Todavia, *concessa maxima venia*, ousou divergir parcialmente, tendo em vista que o óbice da Súmula 7/STJ, já apontado pela Ministra, impede completamente o conhecimento do Recurso Especial.

Compulsando o Recurso Especial de fls. 239-249, verifica-se que a tese do PROCON funda-se, primordialmente, na existência de caracteres miúdos sobre a informação de que o frete não estava incluído no valor do veículo, *in verbis*:

O que é preciso verificar é se o anúncio contém potencial de indução a erro.

E no caso do anúncio em discussão, onde determinada informação foi colocada em letras menores, outra não pode ser a conclusão.

Ou seja, a ofensa ao art. 37, § 1º, do Código de Defesa do Consumidor está lastreada na existência de letras miúdas, tendo em vista que, em momento algum, a recorrente



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

aponta lei federal violada pelo entendimento do aresto segundo o qual não é obrigatório que o anunciante, na hipótese dos autos, diga o valor do frete, bastando apenas o aviso de que essa despesa não está incluída no preço do carro.

Consta no voto do eminente Relator, Ferraz de Arruda, que "conforme se verifica da propaganda, no rodapé constam as informações necessárias, inclusive o aviso de que o valor do frete não está incluído no preço do produto" (fls. 115).

Dessa maneira, a análise sobre a existência e clareza das informações no anúncio implica reexame de fatos e provas, obstado pelo teor da Súmula 7/STJ, o que impede o conhecimento do apelo.

Ante o exposto, **ressalvado meu ponto de vista, acompanho a Relatora para negar provimento ao Recurso Especial.**

É como **voto.**



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

CERTIDÃO DE JULGAMENTO SEGUNDA TURMA

Número Registro: 2008/0104560-2

REsp 1.057.828 / SP

Números Origem: 200701935582 29334755 2933475701

PAUTA: 26/08/2010

JULGADO: 02/09/2010

Relatora

Exma. Sra. Ministra **ELIANA CALMON**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro HUMBERTO MARTINS

Subprocurador-Geral da República

Exmo. Sr. Dr. EUGÊNIO JOSÉ GUILHERME DE ARAGÃO

Secretária

Bela. VALÉRIA ALVIM DUSI

AUTUAÇÃO

RECORRENTE : FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON
PROCURADOR : MARIA BERNADETE BOLSONI PITTON E OUTRO(S)
RECORRIDO : ASIA MOTORS DO BRASIL S/A
ADVOGADO : ADRIANA PAULA SOTERO E OUTRO(S)

ASSUNTO: Administrativo - Ato - Anulatória

CERTIDÃO

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

"Prosseguindo-se no julgamento, após o voto-vista do Sr. Ministro Herman Benjamin, acompanhando a Sra. Ministra Eliana Calmon, a Turma, por unanimidade, negou provimento ao recurso, nos termos do voto da Sra. Ministra-Relatora, com a ressalva do ponto de vista do Sr. Ministro Herman Benjamin."

Os Srs. Ministros Castro Meira, Humberto Martins, Herman Benjamin (voto-vista) e Mauro Campbell Marques votaram com a Sra. Ministra Relatora.

Brasília, 02 de setembro de 2010

VALÉRIA ALVIM DUSI
Secretária