



**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**



Laura Luiza Rodriguez Nunes – 41443292

**PUBLICIDADE ENGANOSA: ANÁLISE DO CASO “UNIESP PAGA”**

SÃO PAULO

2019

LAURA LUIZA RODRIGUEZ NUNES

PUBLICIDADE ENGANOSA: ANÁLISE DO CASO “UNIESP PAGA”

Artigo apresentado à Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Brunno Pandori Giancoli.

SÃO PAULO

2019

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>03</b>
1.1. FORMULAÇÃO DE HIPÓTESE.....	06
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>08</b>
2.1. CONCEITO DE PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA.....	08
2.2. A AÇÃO CIVIL PÚBLICA: O CASO UNIESP.....	09
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>11</b>
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>5. CONCLUSÃO.....</b>	<b>21</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>21</b>

## PUBLICIDADE ENGANOSA: ANÁLISE DO CASO “UNIESP PAGA”

Laura Luiza Rodriguez Nunes<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente artigo objetiva realizar um estudo de casos que envolveram discussões acerca da relação de consumo no que tange a publicidade enganosa e a sua aplicação ou não nos julgamentos dos casos selecionados que tiveram grande repercussão, conhecidos como “Uniesp Paga”. A publicidade engloba várias formas de persuadir o espectador-consumidor. Com a vasta concorrência experimentada no comércio em geral, a publicidade tornou-se um diferencial no tocante a atrair a atenção do consumidor ao que se pretende vender. Já a publicidade enganosa induz o consumidor a adquirir algo que iludido por falsas promessas, não o adquiriria se o fossem repassadas corretamente as informações acerca da “coisa” anunciada. Analisou-se onze processos de diferentes Comarcas e Varas do Estado de São Paulo e o que foi verificado aponta que a maioria dos julgadores entenderam não haver o dano narrado pelos estudantes no caso “Uniesp Paga”.

**Palavras-chave:** Publicidade Enganosa; Uniesp Paga. Código de Defesa do Consumidor

### 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem o objetivo de realizar um estudo de casos que envolveram discussões acerca da relação de consumo no que tange a publicidade enganosa e a sua aplicação ou não nos julgamentos dos casos selecionados que tiveram grande repercussão, conhecidos como “Uniesp Paga”.

Relação de consumo pode ser definida como o vínculo jurídico entre o consumidor e o fornecedor, regulado pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990). É disposto em seu artigo 4º sobre os objetivos da Política Nacional de Defesa do Consumidor, que conforme entendimento de Roberto Basilton Leite<sup>2</sup>: “A finalidade última do Direito do Consumidor é proporcionar harmonia entre os fornecedores e os consumidores no âmbito das relações de consumo”.

Entende-se portanto que o Código de Defesa do Consumidor tem como principal objetivo o equilíbrio entre a relação de consumidores e fornecedores.

---

<sup>1</sup> Aluna do Curso de Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie – São Paulo.

<sup>2</sup> LEITE, Roberto Basilton. **Introdução ao direito do consumidor e a aplicação do código de defesa do consumidor**. São Paulo: LTr, 2002, p.65.

A temática em questão trata-se sobre a publicidade utilizada pela instituição de ensino Uniesp em que era divulgado em seu panfleto “Você na faculdade: A UNIESP PAGA! ”, anunciando nessa mesma divulgação “Estude nas faculdades do Grupo Educacional Uniesp por meio do Novo FIES, sem pagar nada e sem fiador ”<sup>3</sup>.

Por meio dessa publicidade, que foi utilizada com o objetivo de captação de novos estudantes, a instituição de ensino foi bem sucedida com o número de matrículas de alunos que se interessaram pelo programa de financiamento. Foram mais de 49 mil<sup>4</sup> estudantes que se inscreveram e foram orientados a firmar contrato estudantil em seu próprio nome e ao mesmo tempo firmar contrato com a Uniesp, que assumia a responsabilidade pelo pagamento das parcelas do financiamento após a carência<sup>5</sup>.

Ocorre que, muitos desses alunos, ao completarem o seu curso junto a instituição, não conseguiram retirar o seu diploma sem antes pagar o que estavam devendo junto ao FIES, tendo os seus nomes negativados no Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC).

A justificativa da instituição foi que haviam outras condições para a quitação do financiamento pelo Grupo Educacional Uniesp, o qual alegou, na esfera administrativa, que não houve cumprimento integral das obrigações por parte do aluno. E então as parcelas de amortização do FIES vinham sendo debitadas das contas dos próprios estudantes.

Surpresos com a informação de que o pagamento não havia sido realizado pela Uniesp, conforme entendido no momento do início dos seus estudos, estes estudantes decidiram recorrer à Justiça como forma de ver o seu direito atendido.

Para os alunos, a ação era cabível, vez que foi noticiado pela instituição de ensino que os interessados deveriam apenas firmar o contrato FIES antes da matrícula, cabendo a estes, o pagamento apenas dos juros no valor máximo de R\$50,00 a cada trimestre.

Diante de todo esse cenário, o Ministério Público do Estado de São Paulo moveu uma ação civil pública<sup>6</sup> contra o Grupo Educacional Uniesp de Presidente Venceslau, alegando que a ré utilizou de publicidade enganosa para atrair alunos, com a falsa promessa de que os cursos oferecidos, seriam financiados através do FIES.

---

<sup>3</sup> G1. **Uniesp terá que dar bolsa a alunos após irregularidades no Fies**, 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/educacao/noticia/2014/04/uniesp-tera-que-dar-bolsa-alunos-apos-irregularidades-no-fies.html>>. Acesso em: 31 mar. 2019.

<sup>4</sup> BRASIL. Tribunal Regional Federal da 3ª Região. **Ação Civil Pública nº 5013061-55.2017.403.6100**. Acesso em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/200099146/processo-n-5013061-5520174036100-do-trf-3>>, Disponível em: 15 mai. 2019, p.8.

<sup>5</sup>UNIESP. **Contrato “Programa Uniesp Paga”**. Disponível em: [[http://uniesp.edu.br/solidaria/pdf/uniesp\\_paga.pdf](http://uniesp.edu.br/solidaria/pdf/uniesp_paga.pdf)]. Acesso em: 31 mar. 2019.

<sup>6</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Ação Civil Pública nº 0000830-21.2013.8.26.048**. 1ª Vara Civil – Comarca de Presidente Venceslau, 2013.

Nessa ação, o MPE requereu e conseguiu uma liminar suspendendo a publicidade enganosa e obrigando a unidade de Presidente Prudente a garantir aos alunos que foram enganados pela publicidade da Uniesp, a prestação dos serviços educacionais prometidos, independentemente do pagamento de mensalidades, devendo a instituição de ensino assegurar o acesso às aulas, controle de presenças e participação em todas as atividades acadêmicas e também rematrículas.

Não conformada com a decisão, a Uniesp interpôs um agravo de instrumento<sup>7</sup>, alegando que as suas propagandas não induziam os estudantes a erro e que a publicidade “Uniesp Paga” era clara em todos os seus requisitos. A instituição, afirmou que a proposta dada pela Uniesp tem requisitos e exigências para que a seja cumprida a promessa de “pagar o curso”, entre eles estão: efetuar o pagamento de R\$50,00 a cada três meses referente à amortização dos juros do FIES, concluir os estudos na instituição, estudar no período diurno, prestar serviços comunitários, frequentar as aulas tendo bom rendimento entre outros.

Entretanto, o Tribunal de Justiça rejeitou o agravo interposto pela Uniesp e manteve a liminar obrigando-a a bancar o curso de quem já havia feito o contrato por esse modelo de FIES “Uniesp Paga”. Na decisão, foi explicado que ao contrário do que a agravante informa, a publicidade não deixava todos os termos apresentados de forma clara, ou seja, não era deixado de forma explícita os riscos que os alunos que participavam desse programa estavam assumindo.

Em sede de sentença, o MM Juiz julgou procedente os pedidos do MPE, definindo na sua fundamentação publicidade, descrevendo a sua importância e frisando os princípios do Código de Defesa do Consumidor relacionados a tal prática, que está expressa no artigo 37 do CDC.

Salientou ainda sobre a abusividade praticada, descrevendo de inúmeras maneiras a promessa feita no anúncio publicitário que não foi cumprido pela ré, responsabilizando-a objetivamente.

O julgamento dos pedidos foi procedente no sentido de obrigar a ré a não mais veicular a publicidade enganosa sob pena de multa e na obrigação de manter os alunos já matriculados, prestando os serviços educacionais pactuados independentemente de qualquer outra contraprestação, também sob pena de multa.

---

<sup>7</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. - **Agravo de Instrumento: AI 0115161-10.2013.8.26.0000**. Relatora: Cristina Cotrofe, 2013. Disponível em: <<https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/117598662/agravo-de-instrumento-ai-1151611020138260000-sp-0115161-1020138260000?ref=serp>>, Acesso em: 15 mai. 2019.

Em segunda instância, o relator da 28ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça entendeu por dar provimento a apelação interposta pela ré, reformando a sentença de primeiro grau e julgando improcedente a ação proposta pelo Ministério Público do Estado de São Paulo.

No ano de 2014, o Ministério Público Federal entendeu por firmar um Termo de Ajustamento de Conduta com a Uniesp relacionado ao tema, a fim de regularizar a situação explicitada, termo esse que será analisando em seu detalhe no presente artigo.

No ano seguinte, a Adesp (Associação de Desenvolvimento do Estado de São Paulo) também ajuizou uma ação civil pública<sup>8</sup> alegando falta de clareza no termo realizado entre o MPF e a Uniesp. A sentença que julgou essa ação determinou pela extinção sem resolução do mérito por entender pela falta de interesse jurídico.

Em 2017, o MPF decidiu por ajuizar uma ação civil pública<sup>9</sup> para que fossem apresentadas as garantias que foram pactuadas no TAC. Ainda, entrou com um pedido de execução do título extrajudicial<sup>10</sup>, eis que a Uniesp não cumpriu uma das cláusulas contratadas.

### 1.1. FORMULAÇÃO DA HIPÓTESE

O estudo dos casos selecionados para a análise surgiu com a ideia de entender como o tema da publicidade enganosa e abusiva era tratado pelos tribunais de São Paulo.

Em se tratando de casos envolvendo consumidor e fornecedor, há sempre uma presunção de que a decisão será em favor da parte vulnerável e hipossuficiente, como é inclusive colocado no Código de Defesa do Consumidor.

Exatamente por causa dessa presunção que antes de iniciar a análise dos casos e antes mesmo de ter acesso dos julgamentos, apenas com a informação de que diversos consumidores, ora estudante, haviam pleiteado na justiça sobre o mesmo assunto, acreditava-se que ao final do processo, a decisão seria favorável ao consumidor.

Tal presunção advém da forma como o Código de Defesa do Consumidor foi elaborado, vez que trata-se de um código para amparo e segurança para as relações de consumo, em respeito a diversos princípios e direitos. Inclusive a Assembleia Geral da Organização das

---

<sup>8</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Ação Civil Pública nº 1042142-71.2015.8.26.0100**. 18ª Vara Cível, 2015. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/35057459/processo-n-1042142-7120158260100-do-tjsp>>, Acesso em: 15 mai. 2019.

<sup>9</sup> BRASIL. Tribunal Regional Federal da 3ª Região. **Ação Civil Pública nº 5013061-55.2017.403.6100**. 1ª Vara Cível Federal de São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/200099146/processo-n-5013061-5520174036100-do-trf-3>>, Acesso em: 16 mai. 2019.

<sup>10</sup> BRASIL. Tribunal Regional Federal da 3ª Região **Ação de Execução de Título Extrajudicial nº 5013103-07.2017.403.6100**. Vara Civil da 1ª Subseção Judiciária do Estado de São Paulo, 2017.

Nações Unidas, realizada em abril de 1985, editou a Resolução nº A/RES/39/248<sup>11</sup>, denominada como Diretrizes para a Proteção do Consumidor das Nações Unidas, em que foram fixadas regras gerais a serem adotadas e observadas por todos seus países membros, reconhecendo que o consumidor é um sujeito vulnerável no mercado em termos econômicos, de informação e quanto ao seu poder de negociação, merecendo, então, um tratamento especial<sup>12</sup>.

Em especial, o direito que mais envolve os casos é o da informação, que na Constituição Federal está previsto no art. 5º, inciso XXXIII podendo ser este dividido em três espécies: direito de informar; direito de se informar; direito de ser informado<sup>13</sup>.

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

[...].

O consumidor em um geral pode ser considerado vulnerável no que se refere a informação, pois, este está inserido em uma relação em que figura como polo antagônico a ele fornecedores, que muitas vezes são empresas de grande porte. Jorge Mosset Iturraspe<sup>14</sup> define inclusive que “a informação é irmã gêmea dos Princípios da Transparência, Confiança e da Boa-fé”.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico, apresenta-se questões pertinentes à publicidade enganosa e a Ação Civil Pública com o foco no caso Uniesp.

### 2.1 CONCEITO DE PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA

Inicialmente, é importante destacar que a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva é um princípio previsto no artigo 6º, IV do Código de Defesa do Consumidor- CDC. Esse princípio é relacionado a necessidade de que haja um controle aos fornecedores para que assim seja garantida a segurança aos consumidores.

<sup>11</sup> ONU. Organização das Nações Unidas. **Resolução nº A/RES/39/248** Disponível em: <<https://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>>. Acesso dia: 08 mai. 2019.

<sup>12</sup> BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter Jose Faiad. **Manual de direito do consumidor**. 4. edição. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2014, p. 29.

<sup>13</sup> NUNES, Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 10. edição. São Paulo: Saraiva, 2015, p. 94.

<sup>14</sup> ITURRASPE, Jorge Mosset. **Defensa del consumidor**. 2. ed., Santa fé: Rubinzal-Culzoni, 2003, p. 29.



A própria lei estabeleceu um controle de tal prática expressamente nos artigos 36 a 38, tendo como tipos penais o que é estabelecido nos artigos 67 a 69, todos do CDC. Os conceitos de publicidade enganosa e abusiva são tratados principalmente no artigo 37, *caput* e parágrafos do CDC, senão vejamos:

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, desrespeita 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<sup>15</sup> (grifo nosso).

Diversos doutrinadores definem publicidade em seus livros, por exemplo, para Erenberg a publicidade é sedução, é considerada uma verdadeira arte a serviço da economia de mercado<sup>16</sup>.

Importante apontar a diferença entre os conceitos de publicidade e propaganda, eis que o Código de Defesa do Consumidor deixa claro o entendimento de que tratam de nomenclaturas distintas. Giacomini Filho<sup>17</sup>, em seu livro, definiu o seu entendimento entre os dois conceitos:

A propaganda é uma atividade voltada para a difusão de uma ideia (a propaganda política é o mais conhecido exemplo), ao passo que a publicidade é uma atividade voltada para a difusão de uma mercadoria específica (publicidade desta marca de cigarro ou daquela marca de sabão em pó).

No mesmo sentido, Maria Eugênia e Fernando Sacco<sup>18</sup> descreveram que a publicidade tem um objetivo comercial, enquanto a propaganda possui um fim ideológico, religioso, filosóficos, político, econômico ou social. Independente da forma como tais conceitos são expostos, o Código de Defesa do Consumidor traz como a principal finalidade da publicidade informar e proteger o consumidor.

Conforme já demonstrado, o CDC deixa claro a existência da distinção entre a publicidade abusiva e a enganosa, sendo a primeira aquela que ocorre se observados os seguintes fatores<sup>19</sup>: gerar discriminação; provocar violência; explorar o medo e a superstição

<sup>15</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)> Acesso em: 17 mai. 2019.

<sup>16</sup> ERENBERG, Jean Jacques. **Publicidade patológica na internet**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2003, p. 20.

<sup>17</sup> GIACOMINI FILHO, Gino. **Consumidor versus propaganda**. São Paulo: Summus, 1991, p.46.

<sup>18</sup> FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Elsevier Editora LTDA, 14. ed. 2010, p. 110.

<sup>19</sup> SOUZA, Miriam de Almeida. **A política legislativa do consumidor no direito comparado**. Belo Horizonte: Edições Ciência Jurídica, 1996.

do consumidor; desrespeitar valores ambientais; induzir a comportamento prejudicial à saúde e a segurança. Já a segunda é aquela que pode induzir o consumidor em erro por meio comissivo ou através da omissão “quando deixa de informar sobre dado essencial do produto ou serviço”.<sup>20</sup>

A discussão dos casos que serão estudados no presente artigo, foi fundamentada pelos consumidores, ora autores da ação, na omissão que a ré havia cometido em sua publicidade, não deixando também de forma clara todos os requisitos que tratavam o contrato. Essa omissão da informação que teria gerado o não cumprimento pelos estudantes de suas obrigações, entendendo ainda que a falta de clareza foi motivo determinante para que estes contratassem junto a ré.

Em se tratando de publicidade, o Código de Defesa do Consumidor é claro ao estabelecer a forma como esta será exposta para os consumidores, ressaltando que a informação deve ser de fácil compreensão. Isso é evidenciado nos artigos 8º, 9º e 10º do CDC em que o fornecedor é colocado como o principal responsável pelo dever de informar e o consumidor não poderá sofrer prejuízos e nem correr em risco pela falta de informação essencial. Portanto, conforme Eduardo Lima<sup>21</sup> dispõe “o poder da informação sobre os produtos e serviços concentra-se nas mãos do fornecedor e, por conseguinte, é fator de desequilíbrio na relação estabelecida com o consumidor que busca por esses serviços [...]”.

As decisões dos casos estudados entenderam por não configurar a publicidade como sendo enganosa, deixando então de responsabilizar a ré por tal prática entendida no Código de Defesa do Consumidor como abusiva e passível de sanção.

## 2.2. A AÇÃO CIVIL PÚBLICA: O CASO UNIESP

Inicialmente, importante ressaltar sobre a legitimidade para que seja proposta uma ação civil pública em se tratando de casos relacionados a relações de consumo. O artigo 82 do CDC determina quem tem a legitimidade ativa para tanto:

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente:  
I – o Ministério Público;  
II – a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;  
III – as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este Código;

---

<sup>20</sup> CAHALI, Yussef Said. **Código Civil, Código de Processo Civil e Constituição Federal**. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 5. ed. 2003, p. 1206.

<sup>21</sup> LIMA, Eduardo Weiss Martins. **Proteção do consumidor brasileiro no comércio eletrônico internacional**. São Paulo: Atlas, 2006, p.44.

IV – as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este Código, dispensada a autorização assemblear<sup>22</sup>.

Não sendo o Ministério Público o responsável pelo ajuizamento da ação, este atuará como fiscal da lei, conforme dispõe o art. 92 do CDC, eis que cabe ao Ministério Público proteger os direitos difusos, coletivos e mesmo individuais conforme prevê o art. 129, III da Constituição Federal<sup>23</sup>.

O Ministério Público Federal, em 2014, firmou junto com a Uniesp um Termo de Ajustamento de Conduta – TAC tendo como objetivo evitar a ocorrência de prejuízos aos estudantes que fossem vinculados ao Grupo Educacional Uniesp em razão de irregularidades nos contratos de prestação de serviços ou os de financiamento.

Nesse TAC, foi determinado que a Uniesp concedesse desconto de 30% nas mensalidades do primeiro semestre de 2014 para todos os universitários matriculados, com ou sem FIES. A instituição também ficou obrigada a estender aos estudantes financiados por recursos federais todos os descontos e modalidades de bolsa, estando sujeita a multa de R\$20 mil por aluno prejudicado. Por fim, foi estabelecimento que a instituição de ensino não adquirisse ou criasse novas instituições de nível superior por até seis meses, sob pena de multa de R\$ 1 milhão a cada vez que houvesse descumprimento.

Para que houvesse o cumprimento desse TAC foram elaboradas cláusulas que versaram sobre: a transferência de manutenção de novas aquisições; os contratos de financiamento do FIES irregulares; os valores das mensalidades; o direito de transferência para outras instituições de ensino; e as medidas regulatórias que o Grupo Uniesp deveria seguir;

Os estudantes foram convocados a regularizar as suas situações junto ao FIES, tanto em relação as informações do curso que constava no cadastro, como também em relação ao pagamento das dívidas.

O Termo de Ajustamento de Conduta firmado junto ao Ministério Público, foi criticado pela Associação de Desenvolvimento do Estado de São Paulo – Adesp, que ajuizou uma Ação Civil Pública (1042142-71.2015.8.26.0100)<sup>24</sup>. Nessa ação, a Adesp informa que esse não houve o cumprimento efetivo do TAC em sua totalidade, e ainda a associação entende que trata-se de um termo omissivo e incompleto, que prevê garantias não especificadas de forma clara, dando

---

<sup>22</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm)> Acesso em: 17 mai. 2019.

<sup>23</sup> BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em: 08.mai. 2019.

<sup>24</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Ação Civil Pública nº 1042142-71.2015.8.26.0100**. 18ª Vara Cível, 2015. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/35057459/processo-n-1042142-7120158260100-do-tjsp>>, Acesso em: 15 mai. 2019

margem a Uniesp a continuar com a prática antes realizada. A ação foi extinta sem julgamento de mérito.

Diante de todo o cenário apresentado, Ministério Público Federal em São Paulo (MPF/SP) ajuizou ação civil pública em 2017 contra o Grupo Educacional Uniesp, para que fossem apresentadas garantias financeiras com o intuito de assegurar o pagamento dos valores contratados de financiamento no programa Uniesp Paga, que foi oferecido pela universidade.

No mesmo ano, o MPF ajuizou uma ação de execução de título extrajudicial para se ver cumprido o que havia sido pactuado, em especial, a cláusula 8ª do termo, uma vez que aumentava-se o número de alunos alegando o descumprimento por parte da instituição de ensino em relação ao TAC firmado em 2014.

Tal cláusula versava sobre o valor das mensalidades, ficando pactuando que os valores seriam estendidos a todos os estudantes com financiamento junto ao FIES, os descontos regulares e que possuem caráter coletivo.

O órgão ministerial constatou que a Uniesp não cumpriu tal cláusula. Mesmo após o início da execução, a ré simplesmente se manteve inerte na apresentação do cumprimento da cláusula, caracterizando então sua inadimplência.

Diante disso, foi requerido pelo MPF a aplicação da multa que constava no TAC pelo descumprimento, bem como que os descontos que eram aplicados aos estudantes pagantes fossem também aplicados aos estudantes que estavam no financiamento junto ao FIES.

### **3. METODOLOGIA**

A metodologia utilizada baseou-se em uma pesquisa documental. Entende-se por análise documental a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para um determinado fim (DUARTE; BARROS, 2006)

A análise documental, segundo Oliveira (2007), processa-se a partir de semelhanças e diferenças, é uma forma de investigação que consiste em um conjunto de operações intelectuais que têm como objetivo descrever e representar os documentos de maneira unificada e sistemática para facilitar a sua recuperação e entendimento. O tratamento documental significa a extração científico- informativa, uma extração que se propõe a ser um reflexo objetivo da fonte original, ainda que identifique as novas mensagens subjacentes no documento.

Para que fosse realizado os estudos dos casos, foram selecionados onze processos de diferentes Comarcas e Varas do Estado de São Paulo.

A análise foi feita levando-se em conta o resultado do julgado de primeira instância e em havendo recurso, o que foi entendido pela turma de desembargadores. Além disso, buscou-

se entender os fundamentos utilizados pelos julgadores que convergiram e os que destoaram. Vale destacar que os processos selecionados foram dos anos de 2015 em diante.

No Quadro 1, encontra-se de forma resumida informações sobre os processos analisados.

Quadro 1- Processos analisados no Estado de São Paulo no caso “Uniesp Paga”

<b>CIDADE</b>	<b>NÚMERO DO PROCESSO</b>	<b>TURMA</b>	<b>ORIGEM DA VARA</b>
Boituva	2215560-37.2018.8.26.0000 e 1003203-71.2018.8.26.0082	26ª Câmara de Direito Privado	2ª Vara Cível
Boituva	1002108-40.2017.8.26.0082	12ª Câmara de Direito Privado	1ª Vara Cível
Itapevi	1000060-89.2018.8.26.0271	29ª Câmara de Direito Privado	2ª Vara Cível
Penápolis	2175371-17.2018.8.26.0000 e 1004380-69.2018.8.26.0438	21ª Câmara de Direito Privado	2ª Vara
Presidente Prudente	1013110-39.2015.8.26.0482	16ª Câmara de Direito Privado	3ª Vara Cível
Presidente Prudente	1012359-81.2017.8.26.0482	28ª Câmara de Direito Privado	5ª Vara Cível
São Paulo	1054692-30.2017.8.26.0100	31ª Câmara de Direito Privado	7ª Vara Cível
São Paulo	1016829-74.2016.8.26.0100	12ª Câmara de Direito Privado	38ª Vara
Foro Regional II - Santo Amaro	1013193-40.2015.8.26.0002	15ª Câmara de Direito Privado	3ª Vara Cível

Fonte: Elaborado pela autora

A partir das informações elencadas, e da análise acurada de cada processo, passa-se no tópico seguinte a apresentar os resultados dos casos julgados.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Passa-se agora a tratar dos casos julgados.

##### a) **Primeira instância – julgados improcedentes**

Ao ser analisada a decisão do caso da estudante Jaqueline Costa Batista Custódio (nº do processo: 1000060-89.2018.8.26.0271), a magistrada julgou improcedente os pedidos da autora, por entender que não havia como a aluna ter sido ludibriada a celebrar contrato de financiamento do FIES sem ter prévio conhecimento das exigências da instituição Uniesp.

Nesse caso, a MMª Juíza entendeu por não considerar a parte como sendo hipossuficiente, conforme a autora Nadialice Francischini<sup>25</sup> explica, todo o consumidor é vulnerável, mas nem todo consumidor é hipossuficiente. Isso porque, há uma presunção de que a relação de consumo é desequilibrada, devendo existir institutos que tentem da melhor forma ajustar a desarmonia. Em se tratando do conceito de hipossuficiência, deve-se levar em conta a análise do caso concreto na relação de consumo, eis que esta é dividida em três partes, sendo elas: fática ou econômica – relaciona-se à possibilidade de arcar com as custas de um processo; técnica – analisa a condição do consumidor de fazer as provas necessárias para o processo; e jurídica – condição de pagar um advogado.

Continuando a sua exposição, foi entendido que não havia o que se falar em publicidade abusiva, o que implicaria em privilegiar interpretações mais simples de pessoas que não teriam condições de entender. “O benefício oferecido pela faculdade dependia do preenchimento de condições que decorriam do próprio esforço do estudante”. (Sentença do processo nº 1000060-89.2018.8.26.0271).

Outrossim, entendeu a julgadora também não ser possível enquadrar o caso como sendo uma publicidade enganosa, uma vez que a autora é uma universitária que se matriculou em um curso, sendo assim possível de presumir que antes de realizar a matrícula na instituição, acredita-se que esta buscou se informar a respeito das condições de pagamento. Ainda, ressalta a juíza que:

**Não é crível que a autora teria realizado matrícula em uma faculdade, sob a crença de que a própria faculdade arcaria com o pagamento das mensalidades. Se assim agiu, careceu a requerente da boa-fé objetiva,** princípio máximo orientador das relações de consumo, previsto pelos artigos 4º, inciso III e 51, inciso IV, do CDC, de caráter obrigatório a fornecedores e consumidores”. (Grifo nosso) (2ª Vara Cível da Comarca de Itapevi – São Paulo. 1000060-89.2018.8.26.0271, Jaqueline Costa Batista Custódio x Uniesp, Uniesp Paga Fundo de Investimento

<sup>25</sup> SOUZA, Nadialice Francischini de. **Relações de consumo:** desmistificando a aplicação do princípio da vulnerabilidade. Mentis Aberta – Biblioteca Jurídica, 2014.

Caixa Uniesp Paga, Fundo de Investimento Em Direitos Creditórios Não-padronizados) (Grifo nosso).

Na petição inicial, a estudante não negou ter conhecimento de cláusulas contratuais que continham obrigações para ambas as partes, sendo essas obrigações assumidas pela estudante no momento da contratação, assumindo assim a necessidade do cumprimento dos requisitos necessários para que a garantia oferecida pela Uniesp fosse dada.

Diferente do entendimento da MMª Juíza no caso explicitado acima, o magistrado responsável pelo julgamento do processo da estudante Jucilene Arcanjo dos Santos (nº do processo: 1054692-30.2017.8.26.0100), se limitou ao entendimento de que a parte autora não cumpriu com as obrigações assumidas junto a ré e por isso não há o que se falar na responsabilidade da instituição em arcar com as parcelas dos pagamentos em atraso.

O magistrado entendeu por aplicar o que está disposto nos artigos 476 e 477 do Código Civil de 2002<sup>26</sup>, conhecido como *exceptio non adimpleti contractus* ou exceção do contrato não cumprido. É devidamente explicado por Silvio Rodrigues<sup>27</sup>:

Em se tratando, portanto, de contratos bilaterais, que estabeleçam prestações recíprocas, que devam ser adimplidas simultaneamente, de acordo com cláusula contratual ou em casos de omissão do contrato quanto ao momento do cumprimento, é possível a alegação de exceção de contrato não cumprido, quando houver demanda pelo cumprimento e ambos os contratantes ainda não tenham adimplido suas obrigações.

Isso quer dizer que nos contratos bilaterais, só poderá haver a solicitação de cumprimento da obrigação pela outra parte quando a sua obrigação contratual estiver cumprida. Para ser aplicada à exceção do contrato não cumprido deve ser observado se há a reciprocidade de prestações, devendo essas serem simultâneas. Importante ressaltar então que não há falar-se em *exceptio non adimpleti contractus* quando a parte demandante houver cumprido as determinações contratuais, uma vez que, neste caso, surge o direito potestativo de exigir a prestação da obrigação pactuada para o contratante que já tenha adimplido o contrato<sup>28</sup>.

Já o Juiz de direito Sérgio Elorza Barbosa de Moraes, no julgamento do processo de número 1012359-81.2017.8.26.0482, em que figurou no polo ativo da demanda o estudante Bruno Henrique Mendes Merino, teve entendimento semelhante ao caso de Jucilene Arcanjo,

---

<sup>26</sup> BRASIL. Lei 10.406, de 10 de janeiro 2002. Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm)>. Acesso em: 08 mai. 2019.

<sup>27</sup> RODRIGUES, Silvio. Direito Civil: **Dos contratos e das declarações unilaterais de vontade**. V. 3. 30. ed, atual. São Paulo: Saraiva, 2004, p. 85.

<sup>28</sup> GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil – contratos: teoria geral**. V. 4, Tomo I, 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 265.

porém acrescentou que ao analisar os fatos, não foi observada nenhuma violação ao direito do consumidor, como se vê:

**Não se constata do narrado qualquer violação aos direitos do consumidor.** Em primeiro lugar, a alegação de propaganda enganosa não se sustenta pelo simples fato de que **a publicidade veiculada pelo grupo educacional tão somente visa instigar o público a estudar na UNIESP por meio do FIES**, sem que seja necessário, para tal, que os alunos paguem qualquer valor. Nota-se, assim, que **o intuito é incentivar os estudantes a se matricularem na instituição a partir da atratividade exercida pelo FIES**, que financia o pagamento das mensalidades, mediante o benefício e contrato especial”. (Grifo nosso) (5ª Vara Cível da Comarca de Presidente Prudente – São Paulo. 1012359-81.2017.8.26.0482. Bruno Henrique Mendes Merino x Unidade de Ensino Iesp – Presidente Prudente – Fapepe) (Grifo nosso).

Em sua sentença, foi possível constatar parte do entendimento do primeiro caso apresentado, em que é mencionado sobre a publicidade enganosa, como também o argumento sobre a falta de cumprimento das obrigações contratas pela parte autora.

Da mesma forma foi o entendimento dos juízes que julgaram os casos da Fernanda Natalina de Campos (processo nº: 1002108-40.2017.8.26.0082), Argemiro Barbosa dos Santos (processo nº: 1000225-82.2018.8.26.0483) e Paloma Pereira dos Santos (processo nº 1016829-74.2016.8.26.0100).

O juiz competente para o julgamento do caso Edivaldo Caetano de Oliveira Júnior (nº do processo: 1013193-40.2015.8.26.0002), apesar de ter tido o mesmo entendimento ao demais julgadores, abordou os temas de uma forma diferenciada, senão vejamos:

Ao fazer menção sobre a possibilidade do caso se enquadrar em publicidade enganosa, deixou claro que a publicidade utilizada pela instituição não apresenta para os consumidores violação e nem abuso no que tange os seus direitos:

**Diferentemente do que supõe o autor, a publicidade** do programa denominado "UNIESP paga" **não prometia, indiscriminadamente e sem ressalva, o ensino gratuito.** Ao contrário, **deixava claro que as vagas eram limitadas** e destinadas principalmente a cursos de licenciatura, **que o benefício estava condicionado à contratação de financiamento pelo FIES** (que seria pago pela instituição de ensino) **e que caberia ao aluno a amortização dos juros do financiamento e o cumprimento de outros requisitos** (bom desempenho escolar, prestação de trabalho voluntário, conclusão do curso na instituição).

**Além disso**, como também constava no material publicitário, **a adesão ao programa seria efetivada por instrumento contratual** e atestada por certificado de garantia do custeio do ensino pela instituição, como aqueles demonstrados pelas rés”. (Grifo nosso) (3ª Vara Cível do Foro Regional II de Santo Amaro – São Paulo. 1013193-40.2015.8.26.0002. Edivaldo Caetano de Oliveira Júnior x Diadema Escola Superior de Ensino S/S Ltda, Instituto Educacional do Estado de São Paulo - IESP, Fnde - Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação) (Grifo nosso).

Por fim, ainda ressaltou que a parte autora deixou de comprovar nos autos que teria aderido ao programa que se valia essa publicidade, não podendo afirmar que o prejuízo causado se deu em razão disso.



Ao tratar sobre as obrigações das partes, entendeu como os demais, que não há o que se falar de responsabilização por parte da instituição, ora ré, uma vez que o autor deixou de cumprir com as obrigações que foram assumidas, deixando assim, a impossibilidade por parte da ré de honrar com as suas.

a.1) **Primeira instância – julgados parcialmente procedentes**

Conforme já demonstrado, das onze decisões selecionadas para a análise, apenas quatro tiveram seu pedido dado parcial procedente ou procedente, sendo que, duas delas apenas tratam de decisões sobre pedido de tutela.

No caso do estudante Fabricio Barreto de Souza (processo nº: 1013110-39.2015.8.26.0482), o magistrado levou em conta a ação civil pública promovida pelo Ministério Público Estadual, na qual havia sido deferida a suspensão da veiculação dos anúncios da ré.

Ainda, levando em conta a Ação Civil Pública, considerou que o caso do autor, não era isolado, e que era fato notório que foi firmado entre a instituição e o Ministério Público um termo de ajustamento de conduta sobre a questão trazida nos autos.

Entendeu que os anúncios da ré não traziam a clareza que é exigida no Código de Defesa do Consumidor, enquadrando a conduta praticada pela ré nos artigos: 4º, 6º, III e IV, 30, 31 e 37, § 1º, de referido Código.

Por fim, por se tratar de uma relação de consumo, em que a parte autora figura como a parte vulnerável, a questão em tela tem que ser resolvida à luz do art. 47 do Código de Defesa do Consumidor, sendo então considerado que as cláusulas contratuais devem ser interpretadas de maneiras mais favorável ao consumidor.

A ação civil pública também foi utilizada como fundamento do processo do estudante Alexandre Menossi Mendonça (nº do processo: 0002424-02.2013.8.26.0344). O magistrado ressaltou que a ré estava sob investigação policial por aplicar golpes em seus alunos, o que justifica o receio do estudante em relação à ré e todas as obrigações que a envolve e assim a necessidade de rescindir o contrato.

O julgador deixou evidente que a Uniesp é uma instituição privada que visa lucro, sendo o programa “Uniesp paga”:

Não é crível que a própria faculdade financie os alunos, concedendo estudo gratuito a eles. **É evidente que a instituição de ensino pretende que o aluno assine o contrato de financiamento para receber os recursos.** Depois, **alguma das condições**, talvez na quase totalidade dos casos, **não será cumprida e, assim, ela consegue o seu objetivo, qual seja, angariar alunos e verbas do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação.** (Grifo nosso) (1ª Vara Cível de Marília – SP.

0002424-02.2013.8.26.0344. Alexandre Menossi Mendonça x Grupo Educacional Uniesp União das Instituições Educacionais do Estado de São Paulo e Banco do Brasil) (Grifo nosso).

Sendo assim, entendeu por julgar parcialmente procedente a ação, condenando a ré ao pagamento de danos morais sofridos pelo autor, bem como ao pagamento do financiamento, visto que pelo entendimento do magistrado, o autor apenas deixou de cumprir com as suas obrigações por culpa da ré, não aplicando a exceção do contrato não cumprido.

Em se tratando das decisões de primeiro grau que decidiram sobre a tutela requerida pela parte autora, ambas foram semelhantes, estas tratam sobre os débitos relacionados ao financiamento e sobre a possibilidade de inscrição do nome no órgão de proteção ao crédito.

No caso do estudante Cosmiro Santos Gonçalves (processo nº: 1003203-71.2018.8.26.0082), houve um pedido de tutela provisória a fim de que fosse realizado o pagamento das parcelas do FIES ou então deferida a suspensão da sua cobrança pelo Banco do Brasil. Tal pedido foi indeferido, vez que foi verificado pelo magistrado de primeiro grau que o autor não cumpriu com cláusula contratual que versava sobre nota mínima necessária que deveria ser atingida no ENADE, sendo assim, não era possível exigir o cumprimento por parte da ré.

Dessa decisão foi interposto agravo de instrumento pela parte autora, o qual foi acolhido em parte em seus pedidos. No recurso de agravo, o agravante informou que somente depois de ter assinado o contrato, confiante na propaganda, tomou conhecimento de suas obrigações, momento em que não tinha mais opção. Ainda, argumenta ter havido quebra da boa-fé, pois a oferta foi modificada. Destaca que a propaganda enganosa de autoria do agravado foi o que causou a má compreensão por ele.

Por fim, requer o deferimento da medida para que haja o pagamento de seu financiamento junto ao FIES, ou que o Banco do Brasil, que nesse caso figurava em conjunto no polo passivo da demanda, deixe de cobrar as parcelas, evitando-se assim a inscrição de seu nome em cadastros de proteção ao crédito.

Foi concedida parcialmente a antecipação da tutela a fim de obstar a inclusão do nome do autor em cadastros de proteção ao crédito, relativos ao contrato FIES. O entendimento dos magistrados foi de que é possível verificar os requisitos para o parcial deferimento da medida, pois a tutela pleiteada pelo estudante, ora agravante, só alcançará sua efetividade se o nome do autor não estiver inscrito no cadastro de proteção ao crédito. Ainda, foi entendido pelo magistrado ser suficientemente provado nos autos a promessa de quitação do FIES pela instituição de ensino.

Já em relação aos pedidos para que os agravados paguem as parcelas do FIES ou mesmo suspendam as cobranças, decidiu o magistrado por indeferir, entendendo que tal medida teria caráter satisfativo e então dessa forma, seria possível aguardar a decisão final de mérito, após todas as provas requeridas pelas partes serem analisadas.

O mesmo ocorreu no caso da Debora Cassimiro Ferreira (processo nº: 1004380-69.2018.8.26.0438), em que houve um pedido para que o Banco do Brasil não mais efetuasse as cobranças referente aos débitos discutidos na ação, bem como, para que fosse cancelado a inscrição ou a possível inscrição do nome da autora junto ao órgão de proteção ao crédito. Os mesmos argumentos utilizados na decisão do estudante Cosmiro Santos Gonçalves foram utilizados.

## **b) Segunda instância**

### **b.1) Negaram provimento à parte autora, ora vencida em 1º grau**

Em se tratando dos casos em que houve uma sentença de primeiro grau julgando o mérito da questão, sendo assim, descartando os dois casos em que as decisões de primeira e segunda instância versaram sobre o pedido de uma tutela provisória, cumpre analisar o desfecho:

Dos sete casos explicitados em que a decisão de primeiro grau foi improcedente, todos foram interpostos recursos pela parte autora requerendo que a sentença fosse modificada, atendendo ao que lhe foi solicitado.

Desses sete, todos, sem exceção, tiveram o seu provimento negado, sendo que nos acórdãos proferidos pela turma de desembargadores confirmavam todos os argumentos trazidos pela sentença de primeiro grau e em alguns dos casos, tais como o da Jucilene Arcanjo dos Santos, Fernanda Natalina de Campos e Edivaldo Caetano de Oliveira Júnior foram acrescentados novos argumentos, mesmo que no mesmo sentido da sentença.

No caso de acréscimo de fundamentação, foi dito pelos desembargadores que os documentos trazidos pela autora não eram suficientes para provar de que de fato a autora se beneficiaria do programa “Uniesp Paga”; a publicidade veiculada pela ré não poderia ser considerada enganosa ou abusiva, pois não deixa dúvida a respeito dos requisitos para a concessão do benefício apresentado; os documentos juntados pela parte autora não comprovavam o que estava sendo alegado, frisando que o ônus de provar o fato pertence a quem alega.

Em se tratando do ônus da prova, o art. 6º, VIII do CDC estabelece a possibilidade de inversão do ônus, sendo esse um direito básico do consumidor para a facilitação de seus direitos.

Importa salientar que o ônus da prova é uma incumbência a cargo de quem alega a existência de determinado fato, pouco importando seja o autor ou o réu. Conforme Moacyr Amaral Santos<sup>29</sup> trata-se apenas de dever no sentido de interesse, de necessidade, interesse, necessidade de produzir a prova para formar-se a convicção do juiz a respeito dos fatos alegados.

Existe a distribuição dinâmica do ônus, porém, sempre haverá a necessidade do juiz de verificar sobre a hipossuficiência da parte a que se beneficiará com a inversão, assim, analisando caso a caso a possibilidade de buscar o equilíbrio das relações consumeristas.<sup>30</sup> Sendo assim, devem ser analisados três requisitos para a sua aplicação: extrema dificuldade de assegurar o direito do consumidor caso mantida a repartição do ônus da prova conforme a regra geral do artigo 373 do CPC; a verossimilhança das alegações; e a hipossuficiência do consumidor.

Dessa forma, é possível concluir que a decisão do magistrado está em conforme em todos os aspectos, uma vez que ao não considerar o consumidor como a parte hipossuficiente, deixou de inverter o ônus da prova também.

#### **b.2) Deram provimento parcial à parte ré, ora vencida em parte em 1º grau**

Já no caso do estudante Fabricio Barreto de Souza em que o magistrado em 1ª instância decidiu por procedente a sua demanda, após a interposição de recurso de apelação pela Ré Uniesp, os desembargadores competentes entenderam por dar provimento ao seu recurso.

Foi entendimentos dos desembargadores que em relação ao vício de vontade ou à ausência de informações claras ao consumidor, ou publicidade enganosa, relativas às condições de inclusão do aluno no programa social mantido pela apelante, verifica-se que os documentos juntados são claros no sentido de que o direito do aluno aos benefícios do FIES depende do atendimento de determinadas obrigações.

Assim, o reconhecimento da irregularidade da contratação e a consequente obrigação da instituição de ensino em restituir os valores cobrados, dependeria de comprovação de vício de vontade do contratante, que não o fez. Sendo assim, a sentença, ora proferida, foi modificada em favor da ré Uniesp.

#### **b.3) Negaram provimento à parte ré, ora vencida em parte em 1º grau**

---

<sup>29</sup> SANTOS, Moacyr Amaral. **Prova judiciária no cível e no comercial**, Tomo I, Max Limonad, São Paulo, 1952, p. 94.

<sup>30</sup> ZANETI, Paulo Rogério. **Flexibilização das regras sobre o ônus da prova**. São Paulo: Malheiros, 2011, p. 154.

O último caso a ser analisado e também o único em que o estudante, ora consumidor, resultou como vencedor da demanda, foi aquele em que o estudante Alexandre Menossi Mendonça figurou como polo ativo.

Após sentença de 1ª instância julgar o caso como procedente e condenando a parte ré ao pagamento de danos materiais e morais, houve a interposição de apelação, a qual teve o seu provimento negado pela turma julgadora.

No julgamento do acórdão foram reiterados todos os argumentos da sentença, conforme abaixo:

A sentença de primeiro grau julgou procedente o pedido do autor com relação à corré UNIESP, e parcialmente procedente o pleito em face do Banco do Brasil, **declarando inexigível qualquer cobrança relativa ao curso de Administração, condenando ainda a corré UNIESP ao pagamento de indenização pelos danos morais sofridos.** Contra esta decisão se insurge autor e corré. Mas sem razão, contudo, **devendo a sentença ser mantida por seus próprios fundamentos**, que aqui se adotam integralmente como razão de decidir, na forma do art. 252 do Regimento Interno deste Tribunal”. (Grifo nosso) (25ª Câmara Extraordinária de Direito Privado. Relator: Paulo Ayrosa. 0002424-02.2013.8.26.0344. Alexandre Menossi Mendonça x Grupo Educacional Uniesp União das Instituições Educacionais do Estado de São Paulo e Banco do Brasil) (Grifo nosso).

Por fim, o relator entendeu que se tratou de ato ilícito cometido pela ré, posto que frustrou e quebrou sua expectativa de cursar uma universidade de ensino superior e ainda exigiu pagamento de valor indevido, causando-lhe angústia e sofrimento. Tais fatos entendeu o relator como incontrovertidos.

Tratou-se do único caso em que foi total procedente ao consumidor, entre os selecionados para a análise realizada.

Diante do que foi exposto, dos onze processos analisados, no julgamento em primeira instância, sete foram improcedentes. Da interposição de recurso cabível e o seu julgamento, esses sete foram denegados os seus provimentos.

Entre as outras quatro decisões analisadas, apenas duas foram julgadas parcialmente procedentes, sendo um dado provimento ao recurso da Uniesp e a outra o negando, em segunda instância. Em relação a terceira entre as quatro últimas analisadas, o magistrado decidiu por indeferir o pedido de tutela que foi requerido pela parte autora, ora consumidor. Ao ser interposto agravo de instrumento pela parte interessada, a turma decidiu por dar parcial provimento ao recurso.

Entre os onze casos analisados, apenas um teve como resultado o consumidor como parte vencedora, o que causa estranheza, pois em se tratando de relação de consumo, na maioria das vezes, espera-se que a parte vencedora seja o consumidor, por ser presumida a sua vulnerabilidade e a sua hipossuficiência.

## 5. CONCLUSÃO

Após a análise dos casos e o estudo do conceito de publicidade enganosa, foi possível verificar que as decisões dos casos selecionados não foram de acordo com a hipótese formulada no início da pesquisa.

Apesar da presunção de vulnerabilidade e hipossuficiência em que são colocados os consumidores nas relações de consumo, nos casos analisados, os magistrados e relatores entenderam de forma a surpreender quando analisado a questão da publicidade e também sobre o cumprimento do contrato.

Deve-se levar em conta que o Termo de Ajustamento de Conduta firmado teve como objetivo proteger e trazer segurança aos estudantes que se viam prejudicados com o programa discutido, a necessária readequação da conduta da ré no que tange a veiculação da publicidade em muitas das decisões não foi suficiente para que os julgadores decidissem em favor dos estudantes.

Isso porque foram levadas em conta as obrigações assumidas por ambas as partes no momento da contratação, de forma que, sopesado a publicidade ser enganosa, os estudantes deixaram de cumprir com o que havia sido contratado justificando o seu não cumprimento com a falta de clareza e informação do anúncio publicitário da ré.

Por essa razão, foi entendimento da maioria dos julgadores não haver o dano narrado pelos estudantes, que mesmo podendo ter razão no que tange a publicidade ser enganosa – há magistrados que discordem -, estes deixaram de cumprir com a sua parte no contratando, assim, não tendo o que se falar da falta de cumprimento pela a outra parte do contrato.

Dessa forma, foi possível verificar que mesmo que o Código de Direito do Consumidor descreva o consumidor como a parte hipossuficiente e vulnerável nas relações de consumo, nos casos selecionados, essa questão não foi considerada a mais importante no momento da fundamentação dos magistrados e relatores, que focaram as suas decisões no que tange o não cumprimento das obrigações ajustadas.

Por fim, por mais que as ações dos estudantes versassem sobre a consequência da publicidade enganosa, a maioria das decisões estudadas buscou não enfatizar a publicidade e sim o fato dos consumidores exigirem o cumprimento da ré sem que houvesse o adimplemento por parte deles.

## REFERÊNCIAS

BESSA, Leonardo Roscoe e MOURA, Walter Jose Faiad. **Manual de direito do consumidor**. 4. edição. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em: 08.mai. 2019.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm)> Acesso em: 17 mai. 2019.

\_\_\_\_\_. **Lei 10.406, de 10 de janeiro.2002**. Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm)>. Acesso em: 08 mai. 2019.

\_\_\_\_\_. Tribunal Regional Federal da 3ª Região. **Ação Civil Pública nº 5013061-55.2017.403.6100**. Acesso em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/200099146/processo-n-5013061-5520174036100-do-trf-3>>, Disponível em: 15 mai. 2019, p.8.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça de São Paulo.- **Agravo de Instrumento: AI 0115161-10.2013.8.26.0000**. Relatora: Cristina Cotrofe, 2013. Disponível em: <<https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/117598662/agravo-de-instrumento-ai-1151611020138260000-sp-0115161-1020138260000?ref=serp>>, Acesso em: 15 mai. 2019.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Ação Civil Pública nº 1042142-71.2015.8.26.0100**. 18ª Vara Cível, 2015. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/35057459/processo-n-1042142-7120158260100-do-tj-sp>>, Acesso em: 15 mai. 2019.

\_\_\_\_\_. Tribunal Regional Federal da 3ª Região. **Ação Civil Pública nº 5013061-55.2017.403.6100**. 1ª Vara Cível Federal de São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/200099146/processo-n-5013061-5520174036100-do-trf-3>>, Acesso em: 16 mai. 2019.

\_\_\_\_\_. Tribunal Regional Federal da 3ª Região **Ação de Execução de Título Extrajudicial nº 5013103-07.2017.403.6100**. Vara Civil da 1ª Subseção Judiciária do Estado de São Paulo, 2017.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Ação Civil Pública nº 0000830-21.2013.8.26.048**. 1ª Vara Civil –Comarca de Presidente Venceslau, 2013.

CAHALI, Yussef Said. Código Civil, **Código de Processo Civil e Constituição Federal**. 5ª edição. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2003.

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. Editora Atlas, 2006.

ERENBERG, Jean Jacques. **Publicidade patológica na internet**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2003.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. **Manual de direito do consumidor**. 14. edição. São Paulo: Elsevier Editora LTDA, 2010.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil – contratos: teoria geral**. V. 4, Tomo I, 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

GIACOMINI FILHO, Gino. **Consumidor versus propaganda**. São Paulo: Summus, 1991.

G1. **Uniesp terá que dar bolsa a alunos após irregularidades no Fies**, 2014. Disponível em: < <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2014/04/uniesp-tera-que-dar-bolsa-alunos-apos-irregularidades-no-fies.html>>. Acesso em: 31 mar. 2019.

ITURRASPE, Jorge Mosset. **Defensa del consumidor**, 2. ed., Santa fé: Rubinzal-Culzoni, 2003.

LIMA, Eduardo Weiss Martins. **Proteção do consumidor brasileiro no comércio eletrônico internacional**. São Paulo: Atlas, 2006

LEITE, Roberto Basilone. **Introdução ao direito do consumidor os direitos do consumidor e a aplicação do código de defesa do consumidor**. São Paulo: LTr, 2002.

NUNES, Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 10. ed.. São Paulo: Saraiva, 2015.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis, Vozes, 2007.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Resolução nº A/RES/39/248** Disponível em: <<https://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>>. Acesso dia: 08 mai. 2019.

RODRIGUES, Silvio. **Direito civil: dos contratos e das declarações unilaterais de vontade**. V. 3. 30ª edição. São Paulo: Saraiva, 2004.

SANTOS, Moacyr Amaral. **Prova judiciária no cível e no comercial**, Tomo I, Max Limonad, São Paulo, 1952.

SOUZA, Miriam de Almeida. **A política legislativa do consumidor no direito comparado**. Belo Horizonte: Edições Ciência Jurídica, 1996.

SOUZA, Nadialice Francischini de. Relações de Consumo. **Desmistificando a aplicação do princípio da vulnerabilidade**. Mentel Aberta – Biblioteca Jurídica, 2014.

UNIESP. **Contrato “Programa Uniesp Paga”**. Disponível em: <[http://uniesp.edu.br/solidaria/pdf/uniesp\\_paga.pdf](http://uniesp.edu.br/solidaria/pdf/uniesp_paga.pdf)>. Acesso em: 31 mar. 2019.

ZANETI, Paulo Rogério. **Flexibilização das regras sobre o ônus da prova**. São Paulo: Malheiros, 2011.



## **TERMO DE AUTENTICIDADE DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Eu, Laura Luiza Rodriguez Nunes, aluna regularmente matriculada, no Curso de Direito, na disciplina do TCC da 10ª etapa, matrícula nº 41443292, turma B, tendo realizado o TCC com o título: PUBLICIDADE ENGANOSA: Análise do caso “Uniesp Paga” sob a orientação do professor Brunno Pandori Giancoli, declaro para os devidos fins que tenho pleno conhecimento das regras metodológicas para confecção do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), informando que o realizei sem plágio de obras literárias ou a utilização de qualquer meio irregular.

Declaro ainda que, estou ciente que caso sejam detectadas irregularidades referentes às citações das fontes e/ou desrespeito às normas técnicas próprias relativas aos direitos autorais de obras utilizadas na confecção do trabalho, serão aplicáveis as sanções legais de natureza civil, penal e administrativa, além da reprovação automática, impedindo a conclusão do curso.

São Paulo, 23 de maio de 2019.

---

Assinatura do discente