**SÚMULA n.º 2:** “NÃO SE HOMOLOGA promoção de arquivamento em matéria de propaganda enganosa por alegação de interesse individual do consumidor, haja vista o caráter difuso do interesse, que abrange todos os que tiveram acesso à publicidade.”

**Fundamento:** A propaganda enganosa prejudica não só aqueles que efetivamente adquiriram o produto (interesses individuais homogêneos) como pessoas indeterminadas e indetermináveis que tiveram acesso à publicidade (interesses difusos), tenham ou não adquirido o produto, mas que têm direito à informação correta sobre ele (arts. 6º, IV, 30-41, e 81, parágrafo único, I e III, da Lei nº 8.078/90; Pt. n.º 5.961/93 e Pt. nº 51.148/10).

**SÚMULA n.º 3:** “O Ministério Público tem legitimidade para ajuizar ação civil pública visando à contrapropaganda, a responsabilidade por danos morais difusos e individuais homogêneos de todos os consumidores que adquiriram o produto ou serviço objeto da publicidade.”

**Fundamento:** Nos casos de publicidade enganosa ou abusiva, a legitimidade do Ministério Público abrange a tomada de providências para responsabilização dos eventuais causadores de danos morais difusos (arts. 6º, IV e VI, 37, 38 e 82, I do Código de Defesa do Consumidor; Pt. n.º 5.961/93) e individuais homogêneos de todos os consumidores que adquiriram o produto ou serviço. Na tutela dos interesses difusos do consumidor, o Ministério Público é legitimado também à tomada de providências para obtenção de contrapropaganda, quando necessário (art. 60).

**SÚMULA n.º 7:** “O Ministério Público está legitimado à defesa de interesses ou direitos individuais homogêneos de consumidores ou de outros, entendidos como tais os de origem comum, nos termos do art. 81, III, c/c o art. 82, I, do CDC, aplicáveis estes últimos a toda e qualquer ação civil pública, nos termos do art. 21 da Lei nº 7.347/85 (LACP), que tenham relevância social, podendo esta decorrer, exemplificativamente, da natureza do interesse ou direito pleiteado, da considerável dispersão de lesados, da condição dos lesados, da necessidade de garantia de acesso à Justiça, da conveniência de se evitar inúmeras ações individuais, e/ou de outros motivos relevantes.”

**Fundamento:** O Ministério Público tem legitimidade para tutelar interesses individuais homogêneos, assim entendidos aqueles de natureza divisível pertencentes a titulares determináveis e que tenham entre si um vínculo fático decorrente de sua origem comum (art. 81, parágrafo único, III, CDC). Nesses casos, considerada sua relevância social (decorrente, por exemplo, da natureza do interesse, da considerável dispersão ou condição dos lesados, da necessidade de garantia de acesso à Justiça, da conveniência de se evitar inúmeras ações individuais) são aplicáveis os instrumentos legais de tutela coletiva (e.g. inquérito civil, ação civil pública) – art. 81, parágrafo único, III e art. 83, CDC; art. 21, Lei nº 7.347/85. É o caso da tutela dos interesses individuais homogêneos dos consumidores (contratos bancários, consórcios, seguros, planos de saúde, TV por assinatura, serviços telefônicos, compra e venda de imóveis, mensalidades escolares, serviços de internet, etc.) e de quaisquer outros que reúnam as características acima apontadas.

**SÚMULA n.º 59:** “NÃO SE HOMOLOGA o termo de ajustamento de conduta que possibilite a inserção de ‘cláusula de tolerância’ em contratos de adesão para aquisição de bens imóveis.”

**Fundamento:** A edição da Súmula visa proteger a integral tutela dos interesses indisponíveis do consumidor, em especial para afastamento das cláusulas abusivas em contratos de adesão destinados à alienação de bens imóveis firmados com empresas incorporadoras de empreendimentos imobiliários, ensejadoras de desequilíbrio contratual. Quanto ao ‘prazo de tolerância’ importa consignar que o consumidor, ao ser informado acerca do momento em que lhe será entregue a unidade imobiliária adquirida, tem direito a que lhe seja comunicada data certa a partir da qual o fornecedor poderá ser considerado em mora (tal como ocorre com os prazos fixados para cumprimento das obrigações pelo consumidor), sendo certo que as divulgações publicitárias realizadas pelos fornecedores devem indicar claramente o prazo de entrega final da unidade imobiliária. Nesse sentido é o disposto no art. 6º, incisos III e IV, do CDC. É evidente que a previsão de cláusula de tolerância em favor do fornecedor não tem outro objetivo senão alterar o prazo final para entrega da unidade comercializada, em seu favor, possibilitando ainda que se beneficie da divulgação de um prazo mais curto para entrega das unidades como forma de propaganda e captação de consumidores. Trata-se de cláusula que não permite ao consumidor, de antemão, a informação correta acerca do prazo final para entrega do imóvel. Além disso, é certo que o denominado ‘prazo de tolerância’ é fixado de forma unilateral, somente em benefício do fornecedor, trazendo evidente vantagem excessiva e desequilíbrio entre as partes do contrato. E, pior, em prejuízo à parte vulnerável, afrontando o art. 51 do CDC.