

**Anúncio de oferta - Internet - Preço
desproporcional - Erro material escusável
- Princípio da boa-fé - Devolução do valor
desembolsado - Mora injustificada - Dano moral
configurado - Dever de indenizar**

Ementa: Pretensão à indenização. Anúncio de oferta. Site de internet. Preço desproporcional. Erro grosseiro. Boa-fé. Devolução do valor. Mora injustificada do comerciante. Danos morais mantidos.

- Com vistas ao princípio da boa-fé objetiva, inexistente propaganda enganosa quando o preço de produto divulgado em anúncio for muito inferior ao praticado no mercado, incompatível com o seu preço à vista. Constitui erro material escusável facilmente perceptível pelo homem médio e que não obriga o fornecedor.

- A mora injustificada do comerciante em proceder à devolução do valor desembolsado pelo consumidor é passível de danos morais.

**APELAÇÃO CÍVEL Nº 1.0145.11.001114-8/001 -
Comarca de Juiz de Fora - Apelante: Ponto Frio Com
Comércio Eletrônico S.A. - Apelado: Marcelino José do
Carmo Rocha - Relator: DES. FERNANDO CALDEIRA
BRANT**

Acórdão

Vistos etc., acorda, em Turma, a 11ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, na conformidade da ata dos julgamentos, à unanimidade, EM NEGAR PROVIMENTO.

Belo Horizonte, 27 de junho de 2012. - *Fernando Caldeira Brant* - Relator.

Notas taquigráficas

DES. FERNANDO CALDEIRA BRANT (Relator) - Trata-se de recurso interposto contra a r. sentença de f. 73/73-v., proferida pelo MM. Juiz de Direito da 5ª Vara Cível da Comarca de Juiz de Fora, nos autos da ação com pretensão de reparação de danos civil ajuizada por Marcelino José do Carmo Rocha em face de Ponto Frio. Com Comércio Eletrônico S.A., que julgou parcialmente procedente o pedido formulado na inicial para condenar o réu a indenizar o autor, a título de danos morais, no montante de R\$ 6.500,00, com os acréscimos legais, bem como condenar a empresa ré ao pagamento das custas e despesas processuais.

Em suas razões, às f. 103/115, insurge-se o réu apelante contra a decisão recorrida, alegando que o erro grosseiro no preço do produto anunciado não vincula o fornecedor. O recorrente ainda afirma que o autor não sofreu qualquer dano moral, motivo pelo qual é indevida a sua condenação. Ao final, pede a reforma integral

da sentença ou a redução do valor arbitrado a título de danos morais.

Preparo de f. 116, sendo o recurso recebido à f. 118.

Contrarrazões às f. 119/130.

Conheço do recurso, presentes os pressupostos de admissibilidade.

Ora, não se discute no caso em tela que a existência de erro material, no anúncio do produto, não configura propaganda enganosa, mormente se o preço divulgado for muito inferior ao praticado no mercado, incompatível com o seu preço à vista.

Conforme reconheceu o ilustre Juiz na sentença, constitui erro material escusável facilmente perceptível pelo homem médio e que não obriga o fornecedor.

Até porque as relações entre consumidores e fornecedores devem se pautar pelo princípio da boa-fé, constituindo a publicidade importante instrumento para a relação de consumo, devendo ser arrimada nos mesmos fundamentos de boa-fé.

Sobre o tema, Cláudia Lima Marques leciona:

A publicidade é um meio lícito de promover, de estimular o consumo de bens e serviços, mas deve pautar-se pelos princípios básicos que guiam as relações entre fornecedores e consumidores, especialmente o da boa-fé. As relações de consumo, mesmo em suas fases pré-contratual, ou como preferem alguns, extracontratual, devem guiar-se pela lealdade e pelo respeito entre fornecedor e consumidor. (*Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. RT, p. 675.)

Dito isso, vale dizer que a sentença reconheceu de fato de que o preço do kit contendo um *notebook* e câmera digital, pelo valor de R\$ 491,92, foi inserido no *site* por erro, e não dolosamente, como forma de atrair os consumidores eventualmente interessados.

Nesse sentido:

Apelação cível. Ação ordinária. Obrigação de fazer. Panfletos de propaganda de venda de mercadoria. Preço parcelado muito inferior ao preço à vista de mercado. Erro material escusável. Inexigência da obrigação de vender produto a preço módico. - O Código de Defesa do Consumidor criado, principalmente, para estabelecer o equilíbrio entre as partes na relação de consumo, visa evitar vantagem desmedida para qualquer um dos envolvidos no negócio jurídico. Segundo o novo paradigma que informa as relações contratuais na atualidade, devem as condutas das partes envolvidas no negócio jurídico revestir-se de boa-fé e probidade, pois o nosso ordenamento jurídico não tolera espertezas e oportunismos nas relações contratuais. Quando o preço anunciado em promoção for muito inferior ao praticado no mercado, incompatível com o seu preço à vista, também divulgado no mesmo caderno de ofertas, torna-se facilmente perceptível a existência de erro material, que não obriga o fornecedor. Agindo o comerciante de modo a reparar o equívoco cometido quando da veiculação da propaganda, publicando em jornais de grande circulação 'errata' comunicando o erro material, não há que se falar em dever de vender a aludida mercadoria pelo preço anunciado equivocadamente.

(Apelação Cível nº 1.0194-04-042268-6/001. Rel. Des. José Antônio Braga. DJ 28.01.2006.)

Assim, o consumidor deve-se pautar pelo princípio da boa-fé nas relações de consumo e verificar que o preço supostamente veiculado na propaganda não estava condizente com valor médio para a aquisição do bem, nos termos do art. 30 do CDC.

No entanto, a indenização por dano moral deve ser mantida neste caso em particular, em virtude da demora injustificada do réu em proceder à devolução dos valores desembolsados pelo autor na compra dos produtos.

Conforme pontuou o Juiz sentenciante, a compra foi realizada no mês de outubro de 2010 e, após dez meses transcorridos de inadimplemento - até a data da sentença -, é patente o transtorno pessoal do autor, que ainda não teve seu reembolso.

As transcrições das mensagens trocadas entre as partes (f. 29/30, 32/36 e 38/44) mostram com clareza a indignação do autor e seus reiterados pedidos, sem qualquer providência útil da ré.

Logo, o dano moral ultrapassou a barreira dos meros aborrecimentos para de fato configurar um ato ilícito, nos termos da lei civil.

Mediante tais considerações, nega-se provimento ao recurso, mantendo a douda decisão de primeiro grau, por seus próprios e jurídicos fundamentos.

Custas recursais, pela apelante.

DES. MARCELO RODRIGUES (Revisor) - De acordo com o Relator.

DES. MARCOS LINCOLN - De acordo com o Relator.

Súmula - NEGARAM PROVIMENTO.