

Indenização - Impossibilidade - Compra pela internet - Anúncio veiculado - Preço do produto bem abaixo do valor de mercado - Erro flagrante - Má-fé - Não ocorrência - Propaganda enganosa - Inexistência - Princípio da boa-fé objetiva - Art. 4º, III, do Código de Defesa do Consumidor e art. 422 do Código Civil - Aplicação ao consumidor - Possibilidade - Inadimplemento contratual - Dano moral - Não cabimento - Preliminares - Nulidade da sentença e cerceamento de defesa - Rejeição

Ementa: Apelação cível. Obrigação de dar coisa certa c/c indenização. Compra pela internet. Valor do bem muito abaixo do valor de mercado. Erro flagrante. Publicidade enganosa. Inocorrência. Inadimplência do contrato. Indenização. Impossibilidade.

- Constatado o evidente erro na informação do anúncio veiculado pela internet, não há falar em propaganda enganosa.

- Existindo erro justificável, não se pode obrigar o fornecedor a entregar bem por valor muito abaixo do real, sob pena de enriquecimento ilícito do consumidor.

- O inadimplemento contratual não gera, por si só, o direito à reparação por danos morais.

Preliminar de nulidade da sentença rejeitada.

Preliminar de cerceamento de defesa rejeitada.

Apelo não provido.

APELAÇÃO CÍVEL Nº 1.0701.12.014686-8/001 - Comarca de Uberaba - Apelante: André Luiz Leocádio Cruz - Apelada: Ecco do Brasil Informática e Eletrônicos Ltda. - Relator: DES. NILO LACERDA

Acórdão

Vistos etc., acorda, em Turma, a 12ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, na conformidade da ata dos julgamentos, à unanimidade, bem REJEITAR AS PRELIMINARES E NEGAR PROVIMENTO AO APELO.

Belo Horizonte, 7 de agosto de 2013. - *Nilo Lacerda*
- Relator.

Notas taquigráficas

DES. NILO LACERDA - Trata-se de recurso de apelação interposto contra a r. sentença de f. 282/284, que julgou improcedente a ação de indenização por danos morais e materiais proposta por André Luiz Leocádio Cruz contra a Ecco do Brasil Informática e Eletrônicos Ltda.,

deixando de condenar o autor ao pagamento das verbas de sucumbência, por estar amparado pela gratuidade de justiça.

Pelas razões de f. 289/299, o autor, após tecer considerações sobre a tempestividade do recuso, argui preliminar de nulidade da sentença, em razão de não ter o MM. Juiz apreciado e julgado o recurso de agravo retido interposto pela ré.

Ainda na seara das preliminares, argui cerceamento de defesa, tendo em vista que não lhe foi oportunizado especificar as provas que pretendia produzir, conforme requerido na peça de ingresso, não tendo, nem mesmo, indagado das partes quanto ao julgamento antecipado da lide.

No mérito, sustenta a legitimidade de seus pleitos indenizatórios, porquanto, tendo tomado conhecimento do preço do violão que pretendeu adquirir da ré, entrou em contato com a mesma, através de "chat", via internet, para confirmar preço, forma de pagamento e envio, tendo a mesma confirmado o preço de R\$322,48 do dito violão, reproduzindo a conversa havida ente ele (apelante) e o atendente da empresa ré.

Dessa forma, fixa que a alegação de erro material do anúncio não pode prevalecer, recaindo à apelada a responsabilidade prevista no art. 14 do Código de Defesa do Consumidor, já que houve defeito na prestação do serviço, criando no apelante expectativa legítima de que a mercadoria (violão) havia sido comprada e de que lhe seria entregue.

Acresce que, em caso semelhante, julgado na Comarca de Uberaba, foi homologado acordo entre a empresa requerida e outro consumidor, que havia adquirido o mesmo violão, devolvendo a apelada o preço pago, e indenizado a parte requerente em um mil e quinhentos reais.

Finda pleiteando o acolhimento da preliminar e, no mérito, o provimento do apelo.

Isento de preparo o apelante.

Contrarrazões às f. 488/493.

Conheço do recurso, já que presentes os pressupostos de sua admissibilidade.

Cuida-se de recurso de apelação interposto contra sentença que julgou improcedente a ação de indenização por danos morais e materiais proposta por André Luiz Leocádio Cruz contra a Ecco do Brasil Informática e Eletrônicos Ltda., deixando de condenar o autor ao pagamento das verbas de sucumbência, por estar amparado pela gratuidade de justiça.

Da preliminar de nulidade da sentença.

Apreciando, inicialmente, a preliminar de nulidade da sentença, arguida pelo apelante, sob o fundamento de não ter o MM. Juiz analisado e julgado o recurso de agravo retido, impõe fixar que razão não assiste ao apelante, porquanto o agravo retido é recurso direcionado ao órgão de apelação, que o examinará, prelimi-

narmente, por ocasião do julgamento da apelação, nos termos do contido no art. 523, *caput*, do CPC.

Por outro lado, de acordo com o § 2º do referido artigo de lei, o agravado deve ser ouvido, no prazo de dez dias, conforme ocorreu nos autos, podendo o Juiz reformar sua decisão, do que se conclui que sua manifestação não se revela obrigatória quanto ao agravo retido.

Dessa forma, inconsistente se faz a arguição de nulidade da sentença, deduzida pelo apelante.

Rejeito a preliminar.

Da preliminar de cerceamento de defesa.

Quanto à preliminar de cerceamento de defesa, percebe-se que razão também não acompanha o apelante, uma vez que, tendo o MM. Juiz, pelo despacho de f. 231, determinado a intimação das partes para especificação de provas, somente a requerida se manifestou, nos termos da petição de f. 234, original às f. 254, quedando-se inerte o apelante, pelo que preclusa a questão quanto à produção ou não das provas requeridas, restando inócua a alegada cerceamento de defesa.

Rejeito a preliminar.

Mérito.

Resulta de bom alvitre lembrar que o presente feito constitui indenizatória proposta pelo apelante contra a apelada, visando à condenação desta a indenizar o autor, por danos morais e materiais, em decorrência de compra e venda realizada pela internet, de um violão, ao preço de R\$322,48, que não lhe foi entregue, ao argumento de erro de anúncio, pois que o preço correto seria o de R\$1.700,00.

Sabe-se que o Código de Defesa do Consumidor prevê a obrigação do fornecedor de entregar o produto conforme a publicidade anunciada, como se constata de seus arts. 30 e 31, *in verbis*:

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar, e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. 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.

Dessa forma, em caso de descumprimento do previsto nos artigos de lei supramencionados, pode o consumidor exigir o cumprimento forçado da avença, nos termos do art. 35 do CDC.

No entanto, no caso em comento, há indiscutível particularidade, que não pode ser desconsiderada, decorrente de flagrante erro no anúncio veiculado na internet, pois o produto, um violão que custa por volta de um mil e setecentos reais (R\$1.700,00), foi solicitado pelo apelante por preço muito abaixo do que realmente custa, ou seja, por R\$322,48 (trezentos e vinte e dois

reais e quarenta e oito centavos), preço este fruto de erro de anúncio, que prontamente foi comunicado ao autor, conforme comprovam os documentos de f. 176/177 e 178.

Nesse contexto, não é exigível do fornecedor a entrega do bem, porquanto o erro de anúncio quanto ao preço do objeto era absolutamente fácil de ser constatado pelo consumidor, ante a discrepância em relação ao valor correto, especialmente pelo apelante, que é músico profissional e que, com certeza, tem vasto conhecimento quanto aos custos atinentes a instrumentos musicais.

Ora, o princípio da boa-fé objetiva previsto no art. 4º, III, do CDC e no art. 422 do CC aplica-se não apenas ao fornecedor, mas também ao consumidor, sendo certo que, conforme já afirmado, a empresa entrou imediatamente em contato com o autor esclarecendo a situação e promovendo a devolução do valor pago.

Dessa forma, não vislumbro a existência de má-fé do fornecedor a ponto de configurar propaganda enganosa, mas nítido erro, que não comporta o cumprimento forçado, sob pena de favorecer inegável enriquecimento ilícito do consumidor.

Nesse sentido, já se manifestou este egrégio Tribunal de Justiça, a exemplo dos seguintes arestos:

Ementa: Apelação cível. Ação ordinária de entrega de coisa cumulada com indenização. Anúncio veiculado na internet com venda de produto em valor incompatível com o real de mercado. Imediata correção. Erro escusável. Princípio da boa-fé. Vedação do enriquecimento sem causa. Oferta não obriga o fornecedor nos exatos termos propostos. Publicidade enganosa. Não configuração. Entrega do produto. Impossibilidade. - Nas relações de consumo, a boa-fé, que a lei exige do fornecedor, também é exigida do consumidor. - Sob pena de violação ao princípio da boa-fé contratual e de enriquecimento sem causa do consumidor, não se pode obrigar o fornecedor a vender mercadoria pelo preço anunciado, se não se vislumbra a existência de dolo, mas sim de evidente erro na informação, verificado pela grande desproporção entre o preço real do bem e o anunciado. - Não se configura propaganda enganosa o anúncio que contém erro material grosseiro, escusável. (Apelação Cível nº 1.0145.10.067598-5/001, Relator: Desembargador Evandro Lopes da Costa Teixeira, DJ de 26.04.2012.)

Ementa: Apelação cível. Entrega de coisa. Aquisição de mercadoria pela internet. Contrato cancelado pelo fornecedor. Preço notoriamente inferior ao de mercado. Erro inequivocamente perceptível pelo consumidor. Boa-fé objetiva. Improcedência. - Constatado que a mercadoria foi anunciada por preço flagrantemente equivocado, por ser irrisório frente ao valor de mercado do bem, não se pode compelir o fornecedor à entrega da coisa em observância ao princípio da boa-fé objetiva, norteador das relações contratuais em geral, mormente quando comprovado que, logo após a negociação, foi constatado e comunicado o erro pelo fornecedor, que se prontificou a restituir ao consumidor o valor despendido na negociação. (Apelação Cível nº 1.0145.10.067600-9/001, Relator: Desembargador João Cancio, DJ de 24.01.2012.)

Ementa: Apelação cível. Relação de consumo. Entrega de coisa certa. Mercadoria com valor anunciado de forma mani-

festamente equivocada. Fato que evidencia erro e não dolo do comerciante. Clara desproporção entre o preço real e o anunciado. Enriquecimento ilícito. Não cabimento. - No ambiente que precede à contratação é exigida do consumidor a mesma boa-fé que deve pautar a conduta do fornecedor. Assim, na hipótese de equívoco flagrante e disparatado presente em informação ou publicidade, não se pode consentir na vinculação obrigacional do fornecedor almejada por consumidor animado pelo propósito do enriquecimento ilícito. - Não há falar em dano moral indenizável pelo só fato de eventual descumprimento contratual, não comprovado qualquer dano extrapatrimonial. - Recurso a que se nega provimento. (Apelação Cível nº 1.0303.10.000382-9/001, Relator Desembargador Domingos Coelho, DJ de 27.07.2011.)

Dessarte, ante a fundamentação supra, entendo que a r. sentença questionada não carece de qualquer reforma, restando inconsistentes os argumentos recursais do autor.

Esses fatos me trazem à memória velho adágio popular, que era muito repetido pela minha saudosa avó materna: “Quando a esmola é demais, o santo desconfia!”

Isso posto, rejeito as preliminares e nego provimento ao recurso, para manter a r. sentença questionada, por seus próprios e jurídicos fundamentos.

Custas recursais, pelo apelante, ficando suspensa a sua exigibilidade, em razão da gratuidade judiciária deferida.

DES. ALVIMAR DE ÁVILA - De acordo com o Relator.

DES. SALDANHA DA FONSECA - De acordo com o Relator.

Súmula - REJEITARAM AS PRELIMINARES E NEGARAM PROVIMENTO AO APELO.