



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Registro: 2013.0000141271

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação nº 0016290-38.2011.8.26.0606, da Comarca de Suzano, em que é apelante CLAUDIO FERREIRA DE ALMEIDA JÚNIOR (JUSTIÇA GRATUITA), é apelado NOVA DISTRIBUIDORA DE VEÍCULOS LTDA.

ACORDAM, em 7ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: "Negaram provimento ao recurso. V. U.", de conformidade com o voto do Relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Exmos. Desembargadores MIGUEL BRANDI (Presidente sem voto), GILBERTO DE SOUZA MOREIRA E LUIZ ANTONIO COSTA.

São Paulo, 13 de março de 2013.

Mendes Pereira
RELATOR
Assinatura Eletrônica



PODER JUDICIÁRIO
 TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Voto nº 2952
 Apelação nº 0016290-38.2011.8.26.0606
 Apelante: Cláudio Ferreira de Almeida Junior
 Apelado: Nova Distribuidora de Veículos Ltda.
 Comarca: Suzano
 7ª Câmara de Direito Privado

AÇÃO COMINATÓRIA CUMULADA COM PEDIDO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL - Pretensão de compra por R\$ 0,01 de veículo cujo valor de mercado é superior a R\$ 30.000,00 - Alegação de que a apelada teria afixado faixa na frente do estabelecimento com os dizeres “Deu a louca no gerente. Veículos a preço de banana”, bem como teria afixado informação de preço em veículo Chevrolet Ágile, Modelo LT, ano 2011 no valor de R\$ 0,01 - Inadmissibilidade - Não demonstradas as alegações do autor - As fotos juntadas à inicial indicam apenas a exposição do automóvel à venda sem qualquer menção a valor, bem como consulta do sistema da apelada indicando que o automóvel constava em seu estoque - Não obstante, ainda, que provada fosse a exposição da faixa, certo é que um homem médio ao ler tal anúncio não interpretaria que um automóvel estivesse a venda por preço igual ou inferior a uma banana - O art. 37, § 1º do Código de Defesa do Consumidor proíbe a veiculação de propaganda enganosa que seja capaz de induzir o consumidor em erro, o que não é o caso - A oferta veiculada pela apelada não era hábil a enganar ou mesmo sugerir, de forma legítima e válida, que seria efetivada a venda de um veículo pelo valor simbólico de R\$ 0,01, a menor expressão monetária da economia brasileira - Evidente que a propaganda era simbólica, inexistindo seriedade apta a vincular a apelada à oferta veiculada - Inexistência da obrigação de indenizar e tampouco de se obrigar a apelada a ato de evidente enriquecimento sem causa, isto é, de vender o veículo por R\$ 0,01.

LITIGÂNCIA DE MÁ-FÉ - Ocorrência - Apelante que se utilizou da via processual para mover a máquina judiciária e alcançar objetivo manifestamente imoral e ilegal, consubstanciado na pretensão de evidente enriquecimento sem causa em prejuízo da apelada - Inteligência do art. 17, II do Código de Processo Civil - Condenação mantida - Prejudicada a análise do pedido de majoração da indenização por litigância de má-fé, mesmo porque veiculado em contrarrazões, via inadequada para tanto - Sentença de improcedência mantida - Recurso desprovido.



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Adotado o relatório da r. sentença de fls. 89/94 cumpre acrescentar que o pedido da ação de obrigação de fazer c.c indenização por danos morais foi julgado improcedente, condenado o apelante no pagamento das custas, despesas processuais e honorários advocatícios fixados em R\$ 1.000,00, observado o disposto na Lei 1.060/50. Condenou-se, ainda, o recorrente no pagamento de multa por litigância de má-fé em 0,5% do valor atualizado da causa.

Apelou o demandante (fls. 97/105) alegando, em síntese, que a apelada teria afixado na fachada de seu estabelecimento o anúncio “Deu a louca no gerente. Veículos a preço de banana”. Aduziu que após verificar alguns modelos de automóveis, observou um automóvel Chevrolet Ágile, Modelo LT, ano 2011, cor prata Poláris, estava anunciado a R\$ 0,01. Confirmado o valor com uma vendedora, teria solicitado a efetivação da venda, momento no qual lhe fora entregue uma nota fiscal para pagamento no valor de R\$ 34.500,00. Entendeu que a apelada estaria obrigada a cumprir a oferta anunciada, não sendo admissível a colocação de faixa e anúncio por valor abaixo de mercado apenas para atrair clientela. Sustentou que não seria litigante de má-fé, eis que não teria praticado nenhum ato atentatório à dignidade da justiça. Assim, propugnou pela reforma da r. sentença.

Em contrarrazões (fls. 109/134) alegou a apelada que a pretensão do apelante seria desrespeitosa à dignidade da Justiça e por isso, deveria ser punida com a multa por litigância de má-fé. Entendeu que em razão da repercussão que o caso teve, inclusive sendo objeto de matéria jornalística da Rede Globo, deveria ser o apelante ser condenado no pagamento de indenização de 20% do valor da causa. Afirmou que nunca teria afixado faixa com o anúncio “Deu a louca no gerente. Veículos a preço de banana”. Não obstante, mesmo se a faixa com os aludidos dizeres tivesse sido afixada, um homem médio ao ler tal anúncio não interpretaria que um automóvel estivesse a venda por preço igual ou inferior a uma banana.

É o relatório.

O apelo não comporta provimento.

Inicialmente cabe ressaltar que o art. 37 do Código de Defesa do Consumidor proíbe toda publicidade enganosa ou abusiva. Conceitua a propaganda enganosa em seu parágrafo primeiro, como “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.” (g.n.)

Note-se que a Lei qualifica como enganosa a publicidade que é capaz de induzir o consumidor em erro, não bastando assim a



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

mera interpretação da mensagem em seu sentido literal. É necessário que a propaganda pareça verdadeira o suficiente a criar a expectativa no consumidor de concretização da venda/prestação do serviço da maneira anunciada.

Nesse sentido, é a lição de Fábio Ulhôa Coelho:

“a qualificação de uma publicidade como enganosa deve ser feita com critério, o fundamental, na questão, é a transmissão de mensagem capaz de induzir em erro os seus destinatários. A informação falsa, total ou parcialmente, quando percebida como tal pelo consumidor, não é suficiente para a caracterização do ilícito” (Comentários ao Código de Proteção do Consumidor, Saraiva, 1991, pág. 161).

É muito comum no ramo da publicidade, propagandas com uso de metáforas, hipérboles e outras figuras de linguagem com o evidente intuito de atrair clientela ao estabelecimento.

É o que aconteceu no caso.

Primeiramente, vale dizer que não restou provada a alegação de que fora afixada faixa com os dizeres “Deu a louca no gerente. Veículos a preço de banana”. Tampouco a suposta afixação do preço de R\$ 0,01 no veículo Ágile indicado pelo apelante na inicial.

As fotografias colacionadas às fls. 14/18 indicam apenas a exposição do veículo a venda sem a colocação de preço, bem como consulta do sistema da apelada indicando que o automóvel constava em seu estoque.

Não obstante, mesmo se assim não fosse, a oferta supostamente veiculada pela apelada (veículos a preço de banana) não seria hábil a enganar o consumidor. É comum o dizer popular de que algo está “a preço de banana” para indicar que determinada mercadoria está sendo vendida por um preço baixo. Contudo, isso não significa que o produto esteja sendo comercializado pelo preço da fruta em questão. Tampouco um veículo Chevrolet Ágile, Modelo LT, ano 2011, cujo valor de mercado supera R\$ 30.000,00.

Ora, como bem salientou a r. sentença: “a oferta veiculada pela ré não era hábil a enganar ou mesmo sugerir, de forma legítima e válida, que seria efetivada a venda de um veículo pelo valor simbólico de R\$ 0,01, a menor expressão monetária da economia brasileira” (fls. 92)

Não há nada no mercado que custe R\$ 0,01. Nem mesmo a banana sugerida na propaganda é vendida por tão inexpressiva quantia.



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

É evidente que a propaganda era simbólica, inexistindo seriedade apta a vincular a apelada à oferta veiculada. Não é crível que o apelante tenha intimamente acreditado que o veículo estava sendo vendido por esse valor.

Vale dizer, ainda, que não restou demonstrada a alegação de que uma vendedora teria confirmado o preço de R\$ 0,01 do veículo, surpreendendo o apelante apenas quando da impressão da nota para pagamento no valor de R\$ 34.500,00. Nem mesmo a alegação de que o veículo teria sido anunciado por R\$ 0,01 restou demonstrada.

Assim, inexistente o dever de indenizar. Tampouco de se obrigar a apelada a ato de evidente enriquecimento sem causa, isto é, a venda do veículo ao apelante por R\$ 0,01.

No tocante a litigância de má-fé tem-se que a condenação deve ser mantida.

O autor utilizou-se da via processual para mover a máquina judiciária e alcançar objetivo manifestamente imoral e ilegal, consubstanciado na pretensão de evidente enriquecimento sem causa em prejuízo da apelada.

Tal é a hipótese prevista no inciso II do art. 17 do Código de Processo Civil, *in verbis*:

“Art. 17 - Reputa-se litigante de má-fé aquele que:
II - usar do processo para conseguir objetivo ilegal.”

Como bem salientou a r. sentença “cabe ao juiz cuidar para que os interesses privados das partes não se sobreponham aos interesses maiores que regem a vontade estatal, da qual é representante. Cabe-lhe desse modo, assegurar que do processo não se sirvam as partes para alcançar objetivo ilegal, ilegítimo ou imoral, rechaçando todo e qualquer intento que atente contra a dignidade da justiça.” (fls. 93/94).

No mais, tem-se por prejudicada a análise de fixação de indenização pela penalidade aplicada. Mesmo porque, o pedido foi formulado em contrarrazões, via inadequada para tanto.

Ante o exposto, nega-se provimento ao recurso.

MENDES PEREIRA

Relator