

Fls.

Processo: 0445191-10.2014.8.19.0001

Classe/Assunto: Ação Civil Pública - Dano Material - Cdc C/C Dano Moral Outros - Cdc C/C Estabelecimentos Comerciais E/ou Virtuais (Internet) / Contratos de Consumo

Autor: AUTARQUIA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Réu: CVC BRASIL OPERADORA E AGÊNCIA DE VIAGENS S/A

Réu: DELL COMPUTADORES DO BRASIL LTDA

Réu: LOJAS CEM S.A

Nesta data, faço os autos conclusos ao MM. Dr. Juiz
Maria Christina Berardo Rucker

Em 29/02/2016

Sentença

Autarquia de Proteção de Defesa do Consumidor do Estado do Rio de Janeiro (PROCON-R.J.) propôs Ação Civil Pública em face de CVC Brasil Operadora e Agência de Viagens S/A, Dell Computadores do Brasil Ltda e Lojas Cem S.A sob a alegação de que as rés estão veiculando publicidades que exaltam o baixo preço, omitindo informações obrigatórias, principalmente o destaque do preço de pagamento à vista e a prazo, violando determinação legal, principalmente os artigos 6º, III c/c 37, §1º do CDC e Art. 1º da Lei Estadual nº 6.419/2013. Alega ainda que essa prática enganosa continua sendo praticada, mesmo após a instauração de procedimento administrativo em face dos primeiros réus. Dessa forma, pede, de forma definitiva e antecipada, a condenação das rés na obrigação de informar, em todas as publicidades veiculadas, o valor da venda à vista em destaque e com tamanho superior em relação ao valor da parcela; além da indenização por danos materiais e morais causados aos consumidores individualmente considerados, e publicação à custa das rés da parte dispositiva da sentença em dois jornais de grande circulação desta capital.

Inicial de fls. 02/36, com documentos às fls. 37/336.

Parecer do Ministério Público às fls. 340/342, na qual opina pelo recebimento da ação civil pública e deferimento da tutela antecipada nos moldes requeridos pelo autor.

Decisão de fl. 343, com a concessão da antecipação da tutela, para determinar que as rés informem em suas publicidades o valor da parcela do produto em tamanho inferior ao tamanho destacado para a divulgação do preço de venda à vista, sob pena de multa diária de R\$ 5.000,00 para cada ré, por cada descumprimento.

Contestação da 3ª ré, Lojas Cem S/A, às fls. 352/371, na qual alega que atua em diversos estados do Brasil e que a divulgação de produtos em oferta apresenta uma padronização em todas as unidades da federação, que as publicações destinadas a outros estados alcançam o público do Rio de Janeiro, dessa forma, a Lei Estadual nº 6.419/2013 não pode estender seus efeitos a outros estados da federação, além de apresentar inconstitucionalidade por tratar de matéria de competência da União. Documentos anexos às fls. 372/374.

Embargos de Declaração da 1ª ré, CVC Brasil Operadora e Agência de Viagens S/A, às fls. 380/385, na qual alega que a decisão de fl. 343 apresenta omissão, ao não determinar prazo para



cumprimento e posterior aplicação de multa, além de não delimitar quais publicidades devem ser alteradas, e qual extensão geográfica da decisão; e também obscuridade ao determinar a aplicação da multa "por cada descumprimento", sem esclarecer o que seria "cada descumprimento". Documentos às fls. 386/440 e 442/493.

Decisão de fl. 495, que recebe os embargos de declaração e rejeita-os, ante a ausência dos requisitos do art. 535 do CPC.

Contestação da primeira ré, CVC, às fls. 502/517, na qual alega que já realizou as devidas alterações sua propaganda comercial específica para o Rio de Janeiro, não estando inerte frente ao procedimento administrativo instaurado pela autora, inclusive já tendo efetivado o pagamento da penalidade aplicada administrativamente. Alega ainda a inconstitucionalidade da Lei Estadual nº 6.419/2013, por invadir competência privativa da União; a ausência de danos indenizáveis; e a ilegalidade de possível condenação na obrigação de veicular o dispositivo da condenação em quatro dias intercalados sem a exclusão do domingo. Nessas condições, pede a improcedência dos pedidos e a declaração da inconstitucionalidade da referida Lei Estadual. Documentos às fls. 518/631.

Manifestação da primeira ré (CVC), às fls. 632/648, informando e juntando cópias da interposição do agravo de instrumento contra a decisão que antecipou os efeitos da tutela, de fls. 343 e 495.

Decisão de fl. 650, que mantém a decisão agravada, pelos próprios fundamentos já apresentados.

Manifestação espontânea da segunda ré, Dell Computadores do Brasil Ltda, á fl. 655, juntando instrumento de mandato e subestabelecimento às fls. 656/669.

Contestação da segunda ré (Dell Computadores), às fls. 672/695, na qual alega falta de interesse de agir, por ainda estar pendente de julgamento o procedimento administrativo; e ainda, que a autora não comprovou que as publicidades de fls. 112 e 123 foram veiculadas no Estado do Rio de Janeiro, que essas publicações não geraram reclamações de consumidores ou danos aos mesmos. Documentos às fls. 696/725.

Manifestação da segunda ré (Dell Computadores), às fls. 726/756, na qual informa a interposição de agravo de instrumento contra a decisão de fl. 343, junta a cópia do recurso e requer o juízo de retratação.

Manifestação da segunda ré (Dell Computadores), às fls. 759/760, na qual requer a autorização para o depósito judicial do valor da multa fixada no procedimento administrativo, a suspensão da exigibilidade da referida multa, obstando a sua inscrição na dívida ativa, e vinculando a exigibilidade da multa aplicada à decisão final da presente ação civil pública.

Decisão da 21ª Câmara Cível, às fls. 766/776, que julgou o agravo de instrumento interposto pela primeira ré, dando desprovemento ao recurso, e mantendo a decisão agravada.

Decisão de fl. 772, autorizando o depósito e a suspensão da exigibilidade da multa fixada no processo administrativo E-24/004/3022/2014, até a decisão final desse processo.

Réplica, às fls. 780/801, na qual a autora reafirma o direito exposto na inicial, e rebate as questões processuais arguidas pelas rés.

Manifestação da ré CVC, à fl. 803, informando não haver mais provas a produzir, requerendo o julgamento antecipado da lide.

Manifestação da autora, à fl. 804, informando não haver mais provas a produzir.

Manifestação da ré Dell Computadores, às fls. 805/806, informando não haver mais provas a produzir.

Promoção ministerial, de fls. 808/831, opinando pela constitucionalidade da referida lei estadual e pela total procedência dos pedidos formulados na inicial.

É o relatório. Passo a decidir.

Trata-se de ação civil pública com pedido de antecipação de tutela, proposta pelo Procon-RJ contra CVC Brasil Operadora e Agência de Viagens e outros, em razão de violação do direito de informação do consumidor, ao publicar propagandas com destaque para o valor da parcela, sem

dar o mesmo destaque para o valor à vista, violando com isso o CDC e a Lei Estadual nº 6.419/2013.

Inicialmente, reconheço a legitimidade passiva da segunda ré (Dell Computadores do Brasil Ltda), não reconhecendo o pedido dessa ré ao argumento de não ser uma lojista, portanto estando fora do alcance da Lei Estadual nº 6.419/2013, visto que ela é fornecedora de produtos, e comercializa diretamente os seus produtos por meio da internet (<http://www.dell.com/br/p/deals/popular-laptop-deals>).

Não há falta de interesse de agir ao fundamento de ainda haver processo administrativo sem decisão definitiva. As instâncias administrativas e judiciais são independentes e autônomas. A existência de processo administrativo ainda pendente de decisão definitiva no Procon não afasta a apreciação da matéria pelo Poder Judiciário, em respeito ao princípio da inafastabilidade da jurisdição, expresso no art. 5º, XXXV da CRFB.

Essa independência das instâncias descaracteriza o bis in idem, alegado pela defesa ao fundamento de já haver condenação administrativa em multa. O Procon é competente para a aplicação da multa sem prejuízo das sanções de natureza cível, conforme expresso no art. 56 do CDC.

Na sanção administrativa, a multa não visa a reparação do dano sofrido pelo consumidor, mas sim a punição (RMS 21.520 STJ). Não há dupla condenação pelo mesmo fato, nem falta de interesse de agir por haver um processo administrativo prévio.

Há nos autos prova suficiente para a instrução da demanda, as condutas imputadas às rés estão amplamente demonstradas, por meio de inúmeras propagandas comerciais em mídias diversas. Não há provas de que o material publicitário juntado às fls. 122 e 123 não tenha sido disponibilizado no Estado do Rio de Janeiro, mesmo porque, esse material faz menção ao sítio <www.dell.com.br>, que pode ser acessado neste estado.

Quanto à alegação de perda do objeto, não há nos autos prova suficiente para comprovar que as rés estão cumprindo a determinação legal, com a adequação de todo seu material publicitário à norma estadual.

A alegação de impossibilidade jurídica do pedido, ao fundamento de que a Lei Estadual nº 6.419/2013 é inconstitucional, não tem cabimento, visto que a referida lei goza de presunção de constitucionalidade e encontra-se em vigor.

A defesa apresentada pela ré Dell Computadores alega a necessidade de limitação do litisconsórcio passivo por haver número elevado de réus e pela característica das provas que lhe dizem respeito, comprometendo a rápida solução da lide. Esses fundamentos não se mostram ensejadores dessa medida, visto que a própria ré que fez esse requerimento dispensou a produção de mais provas (fls. 805/806), e o processo que foi ajuizado em novembro de 2014 já se encontra pronto para a sentença.

A parte ré alega que já cumpre de forma plena a norma da Lei Estadual nº 6.419/2013, juntando material de propaganda nesse sentido. Porém, não há comprovação inequívoca que a conduta está adequada em todos os materiais de propaganda veiculados neste Estado.

O CDC, diploma legal que visa a proteção dos direitos dos consumidores, tem como objetivos a proteção dos interesses econômicos do consumidor e a transparência nas relações de consumo, entre outros (art. 4º); garantindo como direito básico desse consumidor, a informação adequada e clara, com especificação correta do preço (art. 6º, III).

Esse Código equipara todos aqueles que estão expostos às práticas comerciais aos consumidores, assegurando o direito à informação do preço de forma clara, correta, precisa e ostensiva nas ofertas e apresentações de produtos ou serviços (art. 29 e 31).

Dessa forma, a técnica de propaganda utilizada pelas rés pode gerar confusão aos consumidores já que destaca o valor das parcelas ao invés de apresentar de forma clara e precisa o preço a se pagar pelo produto.

A veiculação de material de propaganda por qualquer mídia, em que a informação em destaque é o valor da parcela, apresentando o valor à vista em tamanho menor, de forma que se dificulte de imediato a sua visualização, viola o direito expresso no Código do Consumidor.

Esse tipo de propaganda tem a potencialidade de enganar o consumidor, que, sem tem a

informação do preço total a pagar de forma evidente e de fácil verificação, pode buscar a aquisição do produto, por não conhecer o preço final ou por acreditar que aquele valor em destaque é o preço a se pagar.

Dessa forma, esse tipo de material de oferta tem a potencialidade de enganar um consumidor médio, com capacidade de influenciar na sua autodeterminação no momento decisório (pré-contratual) da compra do produto, por induzi-lo a erro, caracterizando uma publicidade enganosa, conforme o art. 37, §1º do CDC.

Esse dever de informação visa assegurar a equidade e a transparência, além da boa fé objetiva que devem estar presentes nas relações de consumo, sendo importante ressaltar que o fato do preço parcelado ser idêntico ao preço à vista, sem a incidência de juros, não afasta a questão da propaganda enganosa.

O Estado do Rio de Janeiro editou em 2013 a Lei Estadual nº 6.419/13, que estabelece normas para a divulgação de preços ao consumidor nas vendas a prazo, e determina no art. seu art. 1º, que o valor da parcela deverá sempre ser inferior ao tamanho destacado para a divulgação do preço à vista.

Essa lei que objetiva dar concretude aos direitos do consumidor teve sua constitucionalidade questionada pelas réis, ao fundamento que invade a competência legislativa da União.

A inconstitucionalidade é incabível, a lei estadual trata de direito do consumidor, que é de competência legislativa concorrente para os estados, conforme o art. 24, V e VIII da CRFB.

A lei não disciplina a propaganda comercial em si, ela apenas assegura a adequada informação acerca do preço à vista do produto. Essa lei estadual não impede qualquer tipo de informação ou conteúdo de propaganda, ela tão somente determina que o valor à vista deve ter destaque em relação ao valor da parcela.

Dessa forma não há invasão da competência privativa da União, pois não legisla sobre propaganda comercial (art. 22, XXIX CRFB), mas tão somente assegura a proteção ao direito do consumidor.

Nesse sentido já se posicionou o STF:

DIREITO CONSTITUCIONAL E ADMINISTRATIVO. ADI CONTRA LEI PARANAENSE 13.519, DE 8 DE ABRIL DE 2002, QUE ESTABELECE OBRIGATORIEDADE DE INFORMAÇÃO, CONFORME ESPECIFICA, NOS RÓTULOS DE EMBALAGENS DE CAFÉ COMERCIALIZADO NO PARANÁ. ALEGAÇÃO DE OFENSA AOS ARTS. 22, I e VIII, 170, IV, E PARÁGRAFO ÚNICO, E 174 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL. PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR. OFENSA INDIRETA. AÇÃO JULGADA PARCIALMENTE PROCEDENTE. I - Não há usurpação de competência da União para legislar sobre direito comercial e comércio interestadual porque o ato normativo impugnado buscou, tão-somente, assegurar a proteção ao consumidor. II - Precedente deste Tribunal (ADI 1.980, Rel. Min. Sydney Sanches) no sentido de que não invade esfera de competência da União, para legislar sobre normas gerais, lei paranaense que assegura ao consumidor o direito de obter informações sobre produtos combustíveis. III - Afronta ao texto constitucional indireta na medida em que se mostra indispensável o exame de conteúdo de outras normas infraconstitucionais, no caso, o Código do Consumidor. IV - Inocorre delegação de poder de fiscalização a particulares quando se verifica que a norma impugnada estabelece que os selos de qualidade serão emitidos por entidades vinculadas à Administração Pública estadual. V - Ação julgada parcialmente procedente apenas no ponto em que a lei impugnada estende os seus efeitos a outras unidades da Federação.

(STF - ADI: 2832 PR, Relator: Min. RICARDO LEWANDOWSKI, Data de Julgamento: 07/05/2008, Tribunal Pleno)

Outra tese defensiva para afastar a aplicação da Lei Estadual nº 6.419/2013, é que há conflito entre a lei estadual e a Lei Federal nº 10.962/04 com o decreto nº 5.903/06 que a regulamenta.

A lei federal em questão regula a forma de oferta e afiação de preços nos estabelecimentos comerciais, por etiquetas e código de barra, enquanto a lei estadual que se pretende afastar determina o destaque que deve ser dado ao preço à vista, e se aplica a qualquer tipo de oferta, em

qualquer meio de divulgação ou mídia.

Dessa forma a Lei Estadual nº 6.419/2013 regulamenta de forma suplementar plena, pois inexistente lei federal em sentido contrário, que acarrete a suspensão da eficácia da lei estadual (art. 24, §§ 1º a 4º CRFB).

Assim, entendendo que a Lei Estadual nº 6.419/2013 é constitucional e não apresenta conflito com outras leis federais, não obstante, ser ela desnecessária para a caracterização da violação do direito do consumidor, pois a conduta das rés, conforme ampla prova documental, viola os art. 6º, III e 37, §1º do CDC.

Nesse sentido:

APELAÇÕES CÍVEIS. DIREITO DO CONSUMIDOR. CÂMARA PREVENTA. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. PUBLICIDADE ENGANOSA POR OMISSÃO. VIOLAÇÃO AO DIREITO DE INFORMAÇÃO. OFERTAS PUBLICITÁRIAS QUE DESCUMPREM O TEOR DO ART. 1º DA LEI ESTADUAL N.º 6419/13, ALÉM DE NORMAS E PRINCÍPIOS CONSTANTES DO CDC. SENTENÇA DE PARCIAL PROCEDÊNCIA. MANUTENÇÃO. 1. Trata-se de ação civil pública proposta pela AUTARQUIA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - PROCON/RJ em face de VIA VAREJO S/A, objetivando a condenação desta na obrigação de informar, em todas as publicidades veiculadas na TV, mídia impressa ou por qualquer outro meio publicitário, o valor da parcela sempre em tamanho inferior ao destacado para a divulgação do preço de venda à vista para o produto. Requer, ainda, que a ré seja condenada a indenizar os danos morais e materiais causados aos consumidores individualmente; bem como na obrigação de publicar em dois jornais de grande circulação desta Capital, o dispositivo da sentença. 2. Sustenta a autora que as peças publicitárias da ré violam o disposto no art. 6º, III, c/c art. 37, § 1º do CDC, bem como o art. 1º da Lei Estadual nº 6419/13, na medida em que dão destaque para o valor da parcela, enquanto o valor à vista do produto é apresentado em letras menores, sem qualquer destaque, fazendo com que o consumidor visualize de imediato apenas o preço das parcelas a pagar, prejudicando a avaliação do consumidor ao adquirir o produto ofertado. 3. Sentença de parcial procedência, condenando a ré na obrigação de fazer consistente em informar em todas as publicidades, veiculadas em qualquer tipo de mídia ou qualquer outro meio publicitário, o valor da parcela sempre em tamanho inferior ao tamanho destacado para a divulgação do preço do produto para venda à vista, na forma do art. 1º da Lei Estadual 6419/13; c/c art. 37, § 1º, do CDC, sob pena de multa no valor de R\$10.000,00, para cada descumprimento. Condenou também a ré na publicação da parte dispositiva da sentença, às suas expensas, em dois jornais de grande circulação desta Capital. 4. Inconformismo infundado de ambas as partes. 5. Lei Estadual n.º 6419/13. Ausência de inconstitucionalidade. Competência concorrente dos Estados-membros para legislar sobre proteção ao consumidor. 6. Ultrapassa a questão da suposta inconstitucionalidade arguida pela ré, como mencionado linhas acima, indubitável que a relação jurídica travada entre as partes é de consumo. 7. Atentou o legislador no Código de Defesa do Consumidor para o poder persuasivo das modernas técnicas de marketing, em respeito aos princípios que nortearam e estruturaram o sistema protetivo por ele criado sempre a partir da vulnerabilidade do consumidor, pois em seu artigo 6º, III, expõe claramente ser direito básico do consumidor o acesso à informação clara e precisa sobre o produto ou serviço que está adquirindo. Além disso, a lei consumerista veda também a publicidade enganosa ou abusiva, em seu art. 37. 8. A ré afirma que cumpriu não só os ditames do Código de Defesa do Consumidor, como também a Lei Federal n.º 10.962/04, seu Decreto regulamentador n.º 5.903/06 e a Lei n.º 6463/77. 9. No entanto, a Lei n.º 10.962/04 e o Decreto n.º 5.903/06 tratam apenas da oferta e afixação de preços em estabelecimentos através de impressão na embalagem, código referencial ou código de barras. Logo, não há que se cogitar de conflito entre estes e a Lei Estadual n.º 6419/13 que além de regular objeto distinto, aplica-se a qualquer tipo de oferta - e não apenas à informação do preço nas lojas -, sendo evidente o seu caráter suplementar em relação à legislação federal. 10. O mesmo se diga em relação à Lei Federal nº 6463/77, já que embora esta exija a informação do preço e condições da venda a crédito, é silente quanto ao destaque que deve ser dado ao preço à vista e ao valor a crédito. 11. Nenhuma lei federal, portanto, regula especificamente o destaque



das informações, tendo o legislador estadual observado a necessidade de, em caráter suplementar, regular esta questão, para coibir, no Estado do Rio de Janeiro, os abusos cometidos pelos fornecedores que, ao dar exagerado destaque ao valor da parcela, acabam por esconder do consumidor as demais informações essenciais relativas ao preço da oferta, tal como o valor à vista, o número de parcelas, o valor total do financiamento, a taxa de juros e etc. 12. Assim, forçosa a aplicação da legislação estadual ao caso que ora se analisa. 13. E mesmo que a lei estadual não existisse no ordenamento, os princípios e normas do Código de Defesa do Consumidor restaram violados, pois o destaque do valor da parcela, com realce absoluto nesta informação, colocando em outro plano, com letras muito reduzidas e sem destaque, o valor do produto à vista, do valor a prazo, e até mesmo do número de parcelas, representa método comercial desleal (art. 6º, IV, do CDC), pois não dá igual ênfase a todas as informações essenciais que o consumidor necessita para formar o seu livre convencimento acerca da necessidade conveniência do ato de contratar. É o que se observa nas ofertas publicitárias de fls. 72,79, 81, 341. 14. Nos dizeres do promotor de justiça, "a única explicação para este tipo de oferta publicitária é o objetivo de seduzir o consumidor a adquirir o 'crédito fácil', induzindo-o a pensar exclusivamente no pequeno valor da parcela, distraíndo-se quanto ao valor do produto à vista, do valor total a crédito, do número de parcelas e da taxa de juros", incorrendo em prática abusiva descrita no art. 39, IV, do CDC, pois acaba por prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista a sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe produtos ou serviços. 15. De tal modo, evidente a publicidade enganosa praticada pela ré, em detrimento do consumidor, na modalidade omissiva, pois cria dificuldades para a obtenção da informação plena, clara e precisa acerca do real preço do produto, na medida em que acaba por dar menor destaque a dados essenciais à contratação. 16. E no que pertine à alegada violação ao princípio da proporcionalidade pela decisão vergastada, sob o argumento de que a ré está tendo violado o seu direito ao livre exercício profissional, não há cabimento. 17. Conflito entre o direito ao livre exercício profissional, advindo da livre iniciativa e o da proteção e defesa do consumidor - de igual hierarquia constitucional que deve ser resolvido pelo critério da ponderação de interesses, de tal modo que as normas jurídicas sejam aplicadas de forma coordenada para proteger o consumidor, tendo-se em conta o valor absoluto da dignidade da pessoa humana e a solidariedade social. 18. Astreintes fixadas corretamente. De fato, a multa no valor de R\$ 10.000,00 só incidirá se a ré se recusar a cumprir o comando judicial, não adotando os parâmetros impostos pela legislação consumerista e pela legislação estadual regente em suas ofertas publicitárias, ou seja, optando por continuar a infringir as normas do CDC. 19. Apelo da ré desprovido. 20. Passando ao apelo da parte autora, não se questiona que a conduta imputada à ré - consistente na publicação de ofertas de suas vendas a prazo dando maior destaque ao valor das parcelas do que ao valor à vista do produto e ao número total de parcelas, - é capaz de lesar toda uma coletividade no exercício do seu livre e consciente direito de contratar, e não somente aos consumidores que eventualmente tenham contratado em decorrência de mero impulso advindo da estratégia de marketing agressiva utilizada pela demandada; conduta esta que será corrigida pela sua condenação na obrigação de fazer determinada na sentença. 21. Cabível seria, em tese, a condenação da ré em dano morais coletivos. Em tese porque não houve pedido neste sentido. 22. No entanto, não se vislumbra a ocorrência de danos morais aos consumidores que eventualmente tenham adquirido os produtos ofertados pela ré, atraídos, sobretudo, pela possibilidade de pagar o preço parcelado em até 18 vezes. Muitas vezes, principalmente para as classes de baixo poder aquisitivo, esta acaba sendo a única forma de ter acesso aos mesmos. Não se cogita aqui de violação a nenhum direito da personalidade. 23. No mesmo sentido, não se constata a ocorrência de danos materiais aos consumidores individualmente considerados, ante a ausência de prova mínima do alegado. Frise, a parte autora limita-se a alegar a sua ocorrência, de forma completamente genérica, sem tecer uma linha sequer acerca das possíveis lesões materiais, advindas da publicidade sob enfoque, que teriam sido causadas aos consumidores. 24. RECURSOS DESPROVIDOS.

(TJ-RJ - APL: 02265448220138190001 RJ 0226544-82.2013.8.19.0001, Relator: DES. MAURO PEREIRA MARTINS, Data de Julgamento: 21/10/2015, DÉCIMA TERCEIRA CAMARA CIVEL,



Data de Publicação: 04/11/2015 16:44)

Nesse momento, é importante observar que não tem cabimento a alegação da ré Lojas Cem S/A, ao afirma que atua em diversos estados do Brasil e que a divulgação de produtos em oferta apresenta uma padronização em todas as unidades da federação, não devendo haver a incidência da lei estadual, pois assim, ela teria seus efeitos estendidos aos outros estados da federação. A sua padronização é questão inerente ao seu planejamento sendo irrelevante ao deslinde do feito. A decisão judicial na ação civil pública faz coisa julgada erga omnes nos limites da competência dessa Justiça Estadual, assim, as rés devem adequar as propagandas, de modo que impeça a veiculação em desacordo com a decisão no território do Estado do Rio de Janeiro (art. 16 da Lei nº 7.347/85).

Quanto ao pedido para condenação em indenização, da forma mais ampla e completa possível, os danos materiais e morais aos consumidores individualmente considerados, tem-se que não merece prosperar, eis que não comprovados, ressaltando-se que não se pode presumir a sua existência.

O ato ilícito comprovado não acarreta por si só dano material ou moral, devendo a análise desses danos serem apurados em ações individuais no juízo próprio.

Não há na conduta imputada à ré nenhuma evidência de lesão a direito da personalidade, ressaltando-se que no caso em tela tal dano moral não decorre in re ipsa, não podendo, portanto, ser acolhido na presente ação.

De fato, não seria pertinente se constituir antecipadamente a ocorrência de lesão patrimonial individualmente a todos os usuários da linha, sem a análise de cada caso isolado, para verificar se, de fato, tais danos existiram e se provieram da conduta ilícita da ré.

Destaco que no rol de pedidos do autor não consta pedido de condenação em danos morais coletivos.

A Política Nacional da Relações de Consumo tem por objetivo a transparência, atendendo aos princípios da proteção efetiva do consumidor, assim como a educação e a informação aos consumidores quanto aos seus direitos (art. 4º, II e III do CDC).

Com vistas a concretizar esses princípios, o art. 60 do CDC determina que o fornecedor que incorrer na prática de publicidade enganosa deve sofrer a imposição de contrapropaganda, que será divulgada pelo fornecedor pelos mesmos meios e forma da propaganda considera enganosa (parágrafo 1º).

Dessa forma é proporcional e adequada, para desfazer o malefício da publicidade enganosa, a condenação das rés na obrigação de publicar às suas custas em dois jornais de grande circulação desta capital, em quatro dias intercalados, sem a exclusão do domingo, em tamanho mínimo de 20x20cm, a parte dispositiva da sentença.

A fixação de multa prevista no art. 84, §4º do CDC para assegurar o cumprimento da obrigação de fazer, não se confunde com a multa aplicada em processo administrativo pelo Procon, que tem caráter de sanção administrativa, e visa punir o fornecedor que cometeu a ilicitude.

Para tanto, a fixação no valor de R\$ 5.000,00 por dia para cada ré que descumprir a determinação imposta na sentença, apresenta-se justa e proporcional para tornar efetiva a obrigação de adequar as propagandas à norma do art. 1º da Lei Estadual nº 6.419/2013.

Isso posto, JULGO PARCIALMENTE PROCEDENTES os pedidos, tornando extinto o feito com resolução do mérito, na forma do artigo 269, inciso I do CPC, para tornar definitiva a tutela antecipada de folha 343e condenar as rés (CVC BRASIL OPERADORA E AGÊNCIA DE VIAGENS S/A; DELL COMPUTADORES DO BRASIL LTDA e LOJAS CEM S.A) na obrigação de informar em todas as publicações veiculadas na TV, mídia impressa ou qualquer outro meio publicitário, que alcance o território do Estado do Rio de Janeiro, o valor do preço de venda à vista, sempre em destaque em relação ao valor da parcela, que deverá apresentar tamanho inferior, na forma do art. 1º da Lei Estadual nº 6.419/2013, com a fixação de multa diária para assegurar o cumprimento da obrigação no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) para cada ré que descumprir a determinação imposta, a contar do 5º dia após a publicação dessa sentença. Condeno as rés na obrigação de

Estado do Rio de Janeiro Poder Judiciário
Tribunal de Justiça
Comarca da Capital
Cartório da 2ª Vara Empresarial
Av. Erasmo Braga, 115 Lam Central 707CEP: 20020-903 - Centro - Rio de Janeiro - RJ Tel.: 3133-3604 e-mail:
cap02vemp@tjrj.jus.br

publicar às suas custas, em dois jornais de grande circulação desta capital, em quatro dias intercalados, sem exclusão do domingo, em tamanho mínimo de 20cm x 20cm, a parte dispositiva dessa sentença, para que os consumidores dela tomem ciência e conheçam seus direitos. Condeno as rés nas custas judiciais e honorários advocatícios que fixo em R\$10.000,00 para cada ré.

Após o trânsito, dê-se baixa e archive-se. P.R.I.

Rio de Janeiro, 01/03/2016.

Maria Christina Berardo Rucker - Juiz Titular

Autos recebidos do MM. Dr. Juiz

Maria Christina Berardo Rucker

Em ____/____/____

Código de Autenticação: **45BZ.4JM2.RHCW.RADB**
Este código pode ser verificado em: <http://www4.tjrj.jus.br/CertidaoCNJ/validacao.do>

