



Tribunal de Justiça de Minas Gerais

Número do 1.0604.14.000885-4/001 **Númeraço** 0008854-
Relator: Des.(a) Otávio Portes
Relator do Acordão: Des.(a) Otávio Portes
Data do Julgamento: 18/08/2016
Data da Publicação: 26/08/2016

EMENTA: DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO DE RESOLUÇÃO CONTRATUAL. AQUISIÇÃO DE VERSÃO ESPECIAL DE VEÍCULO. "KOMBI LAST EDITION". FABRICAÇÃO INICIALMENTE LIMITADA A SEISCENTAS UNIDADES. CARÁTER DIFERENCIAL DO PRODUTO. POSTERIOR FABRICAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO DOBRO DE UNIDADES PREVISTAS. QUEBRA DA EXPECTATIVA CONTRATUAL. REDUÇÃO DO VALOR DE MERCADO DO BEM EXCLUSIVO. ROMPIMENTO DO ELEMENTO VOLITIVO ESSENCIAL AO CONTRATO. PRÁTICA ABUSIVA. PUBLICIDADE ENGANOSA. PEDIDO DE RESCISÃO PROCEDENTE. SENTENÇA MANTIDA. 1. O artigo 37, §1º, do CDC, dispõe que "é proibida toda publicidade enganosa ou abusiva". O próprio Código traz a definição a respeito da publicidade enganosa, dizendo que: "Publicidade enganosa é 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". 2. Controvérsia envolvendo publicização e comercialização de versão exclusiva de automóvel. Hipótese em o anexo documental coligido à inicial demonstra que a versão "Last Edition" do modelo "Kombi" fabricado pela requerida foi imaginado para satisfazer uma clientela específica, notadamente colecionadores interessados em adquirir aquela que seria a última linhagem do automóvel, cuja comercialização seria interrompida. 3. Evidente que o posterior aumento da produção inicial e limitada do produto de seiscentas unidades - reduziu drasticamente o carácter diferencial do bem, influenciando destarte no elemento volitivo que fora determinante à aquisição do bem pelo consumidor, autorizando a procedência do pedido de rescisão do contrato.



Tribunal de Justiça de Minas Gerais

APELAÇÃO CÍVEL Nº 1.0604.14.000885-4/001 - COMARCA DE SANTO ANTÔNIO DO MONTE - APELANTE(S): VOLKSWAGEN DO BRASIL LTDA - APELADO(A)(S): _____

A C Ó R D ã O

Vistos etc., acorda, em Turma, a 16ª CÂMARA CÍVEL do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, na conformidade da ata dos julgamentos, em NEGAR PROVIMENTO AO RECURSO.

DES. OTÁVIO DE ABREU PORTES RELATOR.

DES. OTÁVIO DE ABREU PORTES (RELATOR)

V O T O

I - RELATÓRIO

Adoto o relatório constante da sentença:

"

Considerando constituída/configurada publicidade enganosa, a r. sentença julgou procedente o pedido nos seguintes termos:

Inconformada apelou a ré, argumentando em síntese que desde o início das propagandas do veículo "Kombi Last Edition" era informada a produção de 1.200 unidades do automóvel, e não 600, em razão da



Tribunal de Justiça de Minas Gerais

enorme demanda; afirma que o anúncio do aumento da produção, para 1.200 unidades, ocorreu em 20/09/2013, portanto antes da aquisição pelo autor, em 27/11/2013, do que decorre a ciência deste acerca da fabricação de mais unidades; que o preço da venda não estava condicionado ao número de unidades produzidas; que não houve publicidade enganosa e nem qualquer conduta ilícita por parte do fornecedor capaz de ensejar a procedência do pedido.

Nestes termos pede o provimento para ver reformada a sentença e julgado improcedente o pedido.

Contrariedade recursal nas fl.172/180.

É o relatório.

II - VOTO

Presentes os pressupostos, conheço do recurso.

Conforme relatado, o elemento central da causa de pedir estaria consubstanciado no fato de que a recorrente colocou à venda produto de fabricação reduzida e limitada a seiscentas unidades (veículo "Kombi Last Edition") tendo todavia dobrado a produção para atender à demanda de consumo, o que teria ocasionado perda do valor de mercado das unidades iniciais.

A parte autora destaca ainda que o caráter exclusivo do produto foi determinante para aquisição, sendo posteriormente descaracterizado pelo referido aumento da produção e que, por isso, estaria autorizada a rescisão contratual, ante a constituição de erro e publicidade enganosa.

Prescreve o artigo 31 do CDC que:



Tribunal de Justiça de Minas Gerais

"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".

O artigo 37, §1º, do CDC, por sua vez, dispõe que "é proibida toda publicidade enganosa ou abusiva". O próprio Código traz a definição a respeito da publicidade enganosa, dizendo que:

"Publicidade enganosa é 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".

Cotejando as disposições legais incidentes com uma detida análise do caso, tenho que a sentença há de ser mantida.

Com efeito, o anexo documental coligido à inicial demonstra que a versão "Last Edition" do modelo "Kombi" fabricado pela requerida foi imaginado para satisfazer uma clientela específica, notadamente colecionadores interessados em adquirir aquela que seria a última linhagem do automóvel, cuja comercialização seria interrompida.

Referido fato justifica a enorme diferença entre o preço de mercado da versão tradicional da Kombi, zero quilômetro, e um modelo "Last Edition", praticamente o dobro do valor, conforme se infere às fl.

13/14.



Tribunal de Justiça de Minas Gerais

Com efeito, enquanto que pela versão tradicional o consumidor pagaria cerca de R\$ 47.833,00, segundo a tabela FIPE então vigente, para aquisição da versão "Last Edition" haveria de desembolsar aproximadamente R\$ 85.000,00.

Certamente que referidas características do veículo em tela, notadamente por se tratar supostamente por uma versão de "despedida" e limitada do utilitário clássico da apelante eram e foram determinantes para a sua aquisição.

Ora, é evidente que estivesse o consumidor animado apenas na utilidade do automóvel não despenderia quantia tão superior para adquirir uma versão reestilizada e com alguns opcionais a mais, que não justificam o disparate.

Ademais, aplicando ao caso algumas leis básicas de consumo e de economia, no contexto descrito é evidente que o posterior aumento da produção inicial e limitada do produto - de seiscentas unidades - reduziu drasticamente o carácter diferencial do produto, influenciando destarte no elemento volitivo que fora determinante à aquisição do bem pelo consumidor.

Com efeito, o problema fundamental da Economia, qual seja, a da escassez, e a conseqüente lei da procura determina(m) em linhas gerais que quanto mais disponível um bem mais barato ele é, e ao contrário, quanto mais escasso, mais valorizado ele deverá ser.

Em síntese, se o consumidor médio poderia adquirir uma Kombi versão tradicional por "x", e prefere adquirir uma outra versão, praticamente idêntica, porém com um traço mercadológico bem direcionado, pelo dobro do preço, é evidente que o diferencial da exclusividade determina seu comportamento.

Não há nos autos evidência de que o apelado tenha adquirido o bem ciente de que a produção inicial seria dobrada, ainda que

consideremos que referida decisão da fabricante precedeu à aquisição pelo recorrido.



Tribunal de Justiça de Minas Gerais

Nesse contexto, tenho por caracterizada prática abusiva e publicidade enganosa que autorizam a procedência do pedido, já tendo a jurisprudência do STJ assim decidido, em hipótese análoga, mutatis mutandi:

"RECURSO ESPECIAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. CONSUMIDOR. "REESTILIZAÇÃO" DE PRODUTO. VEÍCULO 2006 COMERCIALIZADO COMO MODELO 2007. LANÇAMENTO NO MESMO ANO DE 2006 DE NOVO MODELO 2007. CASO "PÁLIO FIRE MODELO 2007". PRÁTICA COMERCIAL ABUSIVA. PROPAGANDA ENGANOSA. PRINCÍPIO DA BOAFÉ OBJETIVA. ALEGAÇÃO DE REESTILIZAÇÃO LÍCITA AFASTADA. LEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO. DIREITO INDIVIDUAL HOMOGÊNEO. INEXISTÊNCIA DE OMISSÃO NO ACÓRDÃO. AÇÃO CIVIL PÚBLICA PROCEDENTE. [...] Caso em que o fabricante, após divulgar e passar a comercializar o automóvel "Pálio Fire Ano 2006 Modelo 2007", vendido apenas em 2006, simplesmente lançou outro automóvel "Pálio Fire Modelo 2007", com alteração de vários itens, o que leva a concluir haver ela oferecido em 2006 um modelo 2007 que não viria a ser produzido em 2007, ferindo a fundada expectativa de consumo de seus adquirentes em terem, no ano de 2007, um veículo do ano. 4.- Ao adquirir um automóvel, o consumidor, em regra, opta pela compra do modelo do ano, isto é, aquele cujo modelo deverá permanecer por mais tempo no mercado, circunstância que minimiza o efeito da desvalorização decorrente da depreciação natural. 5.- Daí a necessidade de que as informações sobre o produto sejam prestadas ao consumidor, antes e durante a contratação, de forma clara, ostensiva, precisa e correta, visando a sanar quaisquer dúvidas e assegurar o equilíbrio da relação entre os contratantes, sendo de se salientar que um dos principais aspectos da boa-fé objetiva é seu efeito vinculante em relação à oferta e à publicidade que se veicula, de modo a proteger a legítima expectativa criada pela informação, quanto ao fornecimento de produtos ou serviços. 6.- [...]]" (STJ - REsp: 1342899 RS 2011/0155718-5, Relator: Ministro SIDNEI BENETI, Data de Julgamento: 20/08/2013, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de

Publicação: DJe 09/09/2013)



Tribunal de Justiça de Minas Gerais

Mesmo que hipoteticamente eliminássemos a publicidade enganosa e possível má-fé na conduta da apelante, com o deliberado propósito de aumentar substancialmente o valor da versão exclusiva, é certo que na melhor das hipóteses o consumidor ainda teria sido induzido ao erro na forma da lei civil, equivocando-se quanto a uma qualidade essencial do bem adquirido.

Ora, o artigo 139, inciso I do Código Civil dispõe que:

"Art. 139. O erro é substancial quando:

I - interessa à natureza do negócio, ao objeto principal da declaração, ou a alguma das qualidades a ele essenciais;"

Destarte, quero concluir que, por uma ou outra razão decidir, a procedência do pedido neste caso é impositiva, à vista dos fundamentos constantes da sentença, que ora ficam abonados, e dos que ora cuido de acrescentar.

III - CONCLUSÃO

Por todo o exposto nego provimento à apelação. Custas à apelante.

DESA. APARECIDA GROSSI - De acordo com o(a) Relator(a).

DES. PEDRO ALEIXO - De acordo com o(a) Relator(a).

SÚMULA: "NEGARAM PROVIMENTO AO RECURSO."