



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

**Registro: 2017.0000720152**

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação nº 1014687-61.2015.8.26.0576, da Comarca de São José do Rio Preto, em que é apelante BANCO CARREFOUR S/A, é apelada ILAINE FATIMA MARINHO RIBEIRO (JUSTIÇA GRATUITA).

**ACORDAM**, em sessão permanente e virtual da 12ª 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 Desembargadores JACOB VALENTE (Presidente sem voto), TASSO DUARTE DE MELO E SANDRA GALHARDO ESTEVES.

São Paulo, 22 de setembro de 2017.

**Ramon Mateo Júnior**  
**Relator**

Assinatura Eletrônica



PODER JUDICIÁRIO  
 TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Voto nº 15223

Apelação nº 1014687-62.2015.8.26.0576

Apelante: Carrefour Comércio e Indústria Ltda.

Apelado: Ilaine Fátima Marinho Ribeiro

Comarca: São José do Rio Preto – 7ª Vara Cível

Juiz sentenciante: Dr. Luiz Fernando Cardoso Dal Poz

**AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS – Propaganda enganosa – Autora que foi levada à loja do Carrefour no intuito de aderir à promoção que, na compra de uma Margarina Delícia Supreme de 500g, levava outra de 250g por R\$0,01 – Procedência, condenando o réu ao pagamento de indenização por danos morais de R\$ 8.800,00 – Propaganda enganosa caracterizada – Dano moral existente, que decorre da violação das garantias consumeristas e do fato de a consumidora ter se sentido lesada e enganada – Indenização devida – Sentença mantida – NEGADO PROVIMENTO AO RECURSO.**

Trata-se de apelação interposta contra a r. sentença de fls. 69/71, que julgou procedente a ação de indenização por danos morais, fundada em propaganda enganosa, que ILAINE FÁTIMA MARINHO RIBEIRO ajuizou em face de Carrefour Comércio e Indústria Ltda., ao pagamento à autora da quantia de R\$ 8.800,00 (oito mil e oitocentos reais), correspondentes a dez salários mínimos, de indenização por danos morais, atualizado da sentença e com juros de mora legais, a contar da citação. Condenou, ainda, o réu na devolução do valor cobrado a maior, no dobro, corrigido do desembolso e com juros legais da citação, bem como no pagamento das custas processuais e honorários advocatícios de 15% do valor total devido.

Recorre o requerido, rechaçando a existência de danos morais, havendo mero aborrecimento. Rebate a existência de prova acerca de equívoco na propaganda veiculada. Essa prova caberia à autora, nos termos do artigo 333, I, do CPC. Para que fizesse jus à indenização pretendida,



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

deveria a autora comprovar, além da prática de um ato ilícito, um dano efetivo causado pelo réu, não bastando, para tanto, meras alegações. Caso mantida a indenização, requer sua redução para valor que não implique no enriquecimento sem causa da apelada.

Apresentadas as contrarrazões (fls. 85/93), subiram os autos a esta Corte.

Instadas, as partes não se opuseram à realização do Julgamento Virtual (fl. 100).

É o relatório.

Citado, o réu contestou o feito, alegando que não há provas de que houve propaganda enganosa, uma vez que a autora não juntou sequer um documento nesse sentido. Afirma que a autora se equivocou, pois o produto jamais estaria por aquele valor. Rechaça a existência de danos morais, que não foram provados, tratando-se de mero aborrecimento.

Sobreveio sentença de procedência, para condenar o réu ao pagamento de indenização por danos morais no valor equivalente a dez salários mínimos, correspondente a R\$ 8.800,00 (oito mil e oitocentos reais), além da repetição do indébito em dobro do valor cobrado a maior e as verbas de sucumbência.

Tal sentença merece ser mantida, mas com pequeno reparo.

Com efeito, pela prova coligida aos autos, notadamente os documentos de fls. 17/18, não impugnado pelo Carrefour, se denota que a autora, realmente, foi levada a comprar o produto Margarina Delícia Supreme, vinculada pela oferta do produto.

Realmente, a autora adquiriu a margarina de 500G, pensando ser verdadeira a promoção, que prometia levar outra margarina da mesma marca de 250g por R\$ 0,01 (um centavo).

No entanto, a autora pagou pelo produto da promoção o valor de R\$ 2,09 (fl. 18).



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Assim, restou caracterizada a propagando enganosa, pois a autora veio ao estabelecimento do réu, embuída de boa-fé, no intuito de aderir à promoção alardeada por um anúncio mentiroso.

Tal conduta enganosa é frustrante à consumidora, que levou em conta o anúncio promocional para realizar a compra. Em outras palavras: a consumidora foi movida a comprar a referida margarina, pela oferta de adquirir outra de 250g pelo valor de R\$0,01, de modo que, o desrespeito ao cumprimento do prometido causa evidente frustração, ensejando a reparação moral.

É certo que o fornecedor brasileiro deve prestar mais atenção nas informações que veicula, porque elas criam para ele um vínculo, que no sistema do CDC será o de uma obrigação pré-contratual, ou seja, a obrigação de manter a sua oferta nos termos em que foi veiculada e cumprir com seus deveres anexos de lealdade, informação e cuidado, pois o CDC rege-se pelo princípio da confiança.

Ressalta Andreza Cristina Baggio, em sua obra "O Direito do Consumidor Brasileiro e a Teoria da Confiança", São Paulo, RT, 2012, p. 125 que: *"a proteção da confiança pode ser tratada como fundamento de proteção ao consumidor e à sua vulnerabilidade, dado que, justamente por ser vulnerável, é que o consumidor precisa confiar."*

O Colendo Superior Tribunal de Justiça, já se pronunciou a respeito, no Agravo Regimental no Recurso Especial n. 1.528.428/MG, que tem como Relator o Ministro Herman Benjamin, publicado em 13 de outubro de 2015, assim ementado: (grifo nosso)

"1 a 6. (...)

7. O Código de Defesa do Consumidor responsabiliza objetivamente o fornecedor do produto ou serviço que veiculo publicidade enganosa, ou seja, basta que a informação publicitária seja falsa, inteira ou parcialmente, ou omita dados importantes, induzindo o



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

consumidor ao erro para que se configure ato ilícito.

8. Note-se que o artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor não trata do animus laedendi daquele que fez veículas publicidade enganosa. Por expressa previsão legal, cabe a quem patrocina a informação ou comunicação publicitária a prova da veracidade e correção (ausência de abusividade) das informações veiculadas.

9. Assim, o artigo 38 do Código de Defesa do Consumidor reforça a ideia de que a publicidade enganosa é ato ilícito e ao mesmo tempo elemento contratual, não podendo o fornecedor do produto ou serviço se beneficiar de sua omissão. Nesse sentido: REsp 1.365.609/SP, Relator Ministro Luís Felipe Salomão. Quarta Turma, julgado em 28/4/0215, DJe 25/5/2015; REsp 1.317.338/MG, Relator Ministro Mauro Campbell Marques, Segunda Turma, DJe 1/4/12013." (sic).

Na hipótese, a pretendida compensação por dano moral visa reparar a publicidade enganosa, que violou seu direito básico do consumidor (art. 6º, IV, do CDC), ressaltando-se que tal fato não resultou em mero aborrecimento, mas violação à dignidade, porque a autora se sentiu enganada e desrespeitada.

É entendimento do STJ, em caso de consumidor ludibriado por propaganda enganosa, em ofensa a seu direito subjetivo de obter informações claras e precisas acerca de produto vendido que: *"o dano moral prescinde de prova e a responsabilidade de seu causador opera-se in re ipsa em virtude do desconforto, da aflição e dos transtornos suportados pelo consumidor"* (REsp 1329556/SP, Rel. Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA, TERCEIRA TURMA, julgado em 25/11/2014, DJe 09/12/2014).

É assente perante o mesmo Tribunal Superior que é: *"inequívoco o caráter vinculativo da oferta, integrando o contrato, de modo que o fornecedor de produtos ou serviços se responsabiliza também pelas expectativas que a publicidade venha a despertar no consumidor, mormente quando veicula informação de*



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

*produto ou serviço com a chancela de determinada marca, sendo a materialização do princípio da boa fé objetiva, exigindo do anunciante os deveres anexos de lealdade, confiança, cooperação, proteção e informação, sob pena de responsabilidade" (REsp 1365609/SP, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, julgado em 28/04/2015, DJe 25/05/2015).*

Assim, sem dúvida que o ato praticado justifica a imposição de sanção, a título de dano moral, a quem indevidamente promoveu o ato, representando um eficaz ressarcimento à parte atingida.

O valor dos danos morais, de natureza punitiva e ao mesmo tempo reparadora, deve ser estimado em termos razoáveis, não se justificando imposição que possa implicar enriquecimento ilícito e nem aquela que não exerça função reparadora.

Assim, no presente caso, importa dizer que o arbitramento da condenação respectiva deve ser feito com moderação, guardando proporcionalidade com o grau de culpa do infrator e cujo porte empresarial haverá de ser levado em consideração.

Vale lembrar, segundo a lição de Carlos Roberto Gonçalves que *“em geral, mede-se a indenização pela extensão do dano e não pelo grau da culpa. No caso do dano moral, entretanto, o grau da culpa também é levado em consideração, juntamente com a gravidade, extensão e repercussão da ofensa, bem como a intensidade do sofrimento acarretado à vítima”*.<sup>1</sup>

Além disso, observa Carlos Alberto Bittar:

*“A indenização por danos morais deve traduzir-se em montante que represente advertência ao lesante e à sociedade de que se não se aceita o comportamento assumido, ou o evento lesivo advindo. Consubstancia-se, portanto, em importância compatível com o vulto dos interesses em conflito, refletindo-se, de modo expressivo, no patrimônio do lesante, a fim de que sinta, efetivamente, a resposta da*

<sup>1</sup> "Responsabilidade Civil", nº 94.5, pág. 414, 6ª ed., Saraiva.



PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

*ordem jurídica aos efeitos do resultado lesivo produzido. Deve, pois, ser quantia economicamente significativa, em razão das potencialidades do patrimônio do lesante*".<sup>2</sup>

Desta forma, tem-se que, considerando o patrimônio da causadora do dano, as circunstâncias do caso, o caráter repressivo e reparatório da indenização, entendo que o valor fixado pela r. sentença (R\$ 8.800,00) se mostra adequado ao caso vertente, de modo andou bem o juiz de primeiro grau dosar o valor do dano moral.

Ante o exposto, pelo meu voto, NEGA PROVIMENTO mantida a verba de sucumbência.

Em razão do aqui decidido, mesmo reduzindo a indenização, o réu ainda permanece sucumbente, ficando responsável integralmente pelas custas processuais e pela verba honorária.

Em remate, considera-se prequestionada toda matéria constitucional e infraconstitucional, com a finalidade de viabilizar o eventual acesso à Superior Instância, mediante as vias extraordinária e especial, observado o pacífico entendimento do Superior Tribunal de Justiça no sentido de que, tratando-se de prequestionamento torna-se desnecessária a citação numérica dos dispositivos legais, bastando que a questão posta tenha sido decidida.<sup>3</sup>

Atentem as partes e desde já se considerem advertidas, que a oposição de embargos de declaração fora das hipóteses legais e/ou com efeitos infringentes, lhes sujeitará a imposição da multa prevista pelo artigo 1026, §2º, do Novo Código de Processo Civil.

RAMON MATEO JÚNIOR  
Relator

<sup>2</sup> "Reparação Civil por Danos Morais", pág. 220, 2ª ed., RT.

<sup>3</sup> STJ – EDROMS 18205 / SP, rel. Min. Felix Fischer, DJ 08.05.2006, p. 240.