

## Limitação de compra de produto não caracteriza dano moral

O Carrefour está livre de reparar um advogado por limitar a venda de uma mercadoria que estava em promoção. A decisão é da 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça. Para os ministros, o fato de o supermercado limitar a aquisição de uma determinada quantidade de produtos em promoção não configura dano moral. A informação é do STJ.

O advogado gaúcho João Batista do Carvalho ajuizou ação contra a rede de supermercados porque a loja limitou a compra do Café Melita a cinco unidades. O consumidor queria comprar 50 potes mas a caixa o avisou sobre a limitação. Inconformado, ele chamou o gerente, que confirmou a condição.

Carvalho foi até a delegacia e registrou a ocorrência. Argumentou que sofreu constrangimento pelo fato de não ter podido comprar os 50 pacotes que desejava. Por isso, pediu que a rede de supermercado fosse condenada a nunca limitar a compra, além de pagar indenização por danos morais. Sustentou ainda que o Carrefour fez propaganda enganosa.

A loja, por sua vez, observou que avisou os clientes sobre a limitação das unidades e que a intenção era atingir um número maior de consumidores, e não alguns poucos providos de maior força econômica. Também disse que não houve proibição, apenas recomendação.

Sustentou ainda que em nenhum momento atingiu a honra ou causou sofrimento ao autor e que João Batista estava querendo comprar os 50 pacotes de café para estocar o produto em casa, pois comprou uma quantidade muito superior à que poderia consumir dentro do prazo de validade.

### Decisão

Já na primeira instância, o pedido do advogado foi negado. Mas Carvalho conseguiu que o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul acatasse parte do recurso, dando posse da mercadoria ao advogado. Segundo o tribunal gaúcho, o Código de Defesa do Consumidor proíbe o fornecedor a limitar a venda de produtos, salvo quando houver exceções.

Nesse caso, o público deve ser devidamente alertado, sob pena de a propaganda ser considerada enganosa por omissão. Os desembargadores afastaram, porém, o constrangimento moral alegado por Carvalho.

No STJ, a relatora, ministra Nancy Andrighi, deu razão ao consumidor. Para ela, o fato de o consumidor querer comprar 25 quilos de café não afasta o a incidência da lei que o resguarda contra publicidade enganosa. O entendimento da relatora é que a atitude do Carrefour violou o Código de Defesa do Consumidor, “o que, por certo, dá ensejo à reparação pleiteada”. A indenização foi fixada em R\$ 8 mil.

Os demais ministros da 3ª Turma, no entanto, votaram contra o voto de Nancy. Para o ministro Castro Filho, “o supermercado entendeu que não poderia vender todo seu estoque a um só cliente. Não enxergo dano moral sofrido por esse advogado. Talvez tenha, na defesa de sua pretensão, gasto mais energia do que o necessário, mas não seria o caso de dizer que isso o diminuiu moralmente, pelo contrário, até o

elevou como advogado”.

Ao acompanhar a divergência, os ministros Humberto Gomes de Barros e Carlos Alberto Menezes Direito também não identificaram a existência de dano moral. Ficou mantida, dessa forma, a decisão do TJ gaúcho.

### **Responsabilidade civil**

Para discutir o tema responsabilidade civil, o ramo do Direito que engloba o dano moral, a revista **Consultor Jurídico** promove o seminário *A evolução do conceito da Responsabilidade Civil*. Serão palestrantes o ministro do Supremo Tribunal Federal **Gilmar Mendes**, o professor **Arnoldo Wald** e o procurador de Justiça do Rio de Janeiro, **José Maria Leoni Lopes de Oliveira**.

O evento acontece no dia 19 de agosto, das 14h às 19h, no Hotel Renaissance, em São Paulo. Para obter informações ligue (11) 3812-1220 ou [clique aqui](#).

**REsp 595.734**

### **Date Created**

12/08/2005