



Se não há má-fé, empresa não deve honrar anúncio errado

Uma consumidora de Esteio (RS) deparou-se com uma oferta tentadora em um supermercado da cidade: um televisor tela plana de 29 polegadas por apenas R\$ 47,99. Quando chegar ao caixa com cinco aparelhos em mãos, no entanto, foi informada que se tratava de um equívoco, já que o preço correto é de R\$ 750.

Inconformada, ela foi ao Juizado Especial do Rio Grande do Sul, que negou o pedido com base nos princípios da boa-fé, do equilíbrio e do enriquecimento sem causa.

Os juízes da 1ª Turma Recursal Cível dos Juizados Especiais do estado entenderam que “a oferta manifestamente desproporcional ao produto, irreal, impossível ou inferior ao custo, enfim impraticável, caracteriza hipótese de equívoco e não vincula o fornecedor.”

O supermercado chegou a reconhecer o equívoco, mas afirmou que não houve propaganda enganosa. Segundo a empresa, o televisor estava por engano na gôndola com ração canina.

Para o juiz João Pedro Cavalli Júnior, relator do caso, a consumidora não pode dizer que foi enganada, pois é advogada. “Claramente não pode, em sua consciência e com lisura de propósitos, afirmar ter sido enganada pela publicidade questionada”, afirmou. Cavalli Júnior entendeu que a oportunidade de lucro motivou a autora a comprar. “E, não consumir, propriamente, porque ninguém ‘consume’ vários televisores.”

O juiz acrescentou ter ocorrido inviabilidade da oferta, “certamente conhecida pela autora, que é pessoa esclarecida e experiente”. Diante das evidências, Cavalli Júnior admitiu que o preço anunciado não se referia ao televisor, podendo perfeitamente se vincular à ração canina ali exposta. “Trata-se, portanto, de oferta que não tem poder de vinculação ao fornecedor, razão da improcedência do pedido”, argumenta.

Processo 71.001.928.126

Date Created

06/01/2009