



Falta de valor do frete em publicidade não é propaganda enganosa

A ausência do valor do frete em anúncio de venda de veículo não configura propaganda enganosa. O entendimento é da 2ª Turma do Superior Tribunal de Justiça. No caso analisado, o dano ao consumidor foi afastado porque o anúncio de uma concessionária de veículos em jornal de grande circulação informava, no rodapé e em letras pequenas, que o frete não estava incluso no preço.

A questão foi discutida no julgamento de um Recurso Especial ajuizado pela Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor de São Paulo (Procon-SP). O órgão de defesa do consumidor questionou o tamanho das letras usadas para informar a não inclusão do frete no preço anunciado do veículo e, ainda, a ausência do valor. Para o Procon de São Paulo, o consumidor foi induzido a erro. A concessionária chegou a ser multada administrativamente, mas a penalidade foi suspensa em primeiro grau. O órgão recorreu. A apelação foi julgada improcedente.

A relatora do recurso no STJ, ministra Eliana Calmon, afirmou no voto que o tribunal local não tratou da forma ou tamanho dos caracteres usados no rodapé do anúncio. Limitou-se a deixar clara a existência das informações. Por força da Súmula nº7, que veda o reexame de provas, o STJ não pode reanalisar se as letras eram legíveis.

Sobre a ausência do valor do frete, a relatora entendeu que, se o anúncio informar que esse ônus não está incluído no preço ofertado, ainda que no rodapé, não ocorre publicidade enganosa ou abusiva. Isso porque o consumidor não irá se surpreender com a exigência de uma quantia não prevista. A ministra Eliana Calmon ressaltou que, em um país com proporções continentais como o Brasil, onde as distâncias e, conseqüentemente, o frete variam muito, exigir a publicação desse valor inviabilizaria campanhas publicitárias de âmbito nacional. *Com informações da Assessoria de Imprensa do STJ*

Date Created

16/09/2010