**Fiat indenizará consumidores por PUBLICIDADE enganosa do Palio 2007**

A Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ), por maioria, manteve decisão que condenou a Fiat Automóveis S/A ao pagamento de indenização por propaganda enganosa aos compradores da primeira versão do Palio Fire modelo 2007. A decisão favorece apenas os primeiros adquirentes de cada veículo e tem eficácia somente em âmbito estadual, no Rio Grande do Sul.

O Ministério Público do Rio Grande do Sul propôs ação coletiva de consumo contra a Fiat, por prática comercial abusiva e propaganda enganosa. Segundo o MP, a montadora de veículos não poderia, já tendo lançado e comercializado, em maio de 2006, o automóvel Palio Fire modelo 2007, passar a produzir e comercializar, logo depois, outro automóvel Palio Fire modelo 2007, com muitos itens modificados, ambos com a especificação “ano 2006, modelo 2007”.

Em primeira instância, o pedido do MP foi negado, mas, em apelação, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (TJRS) condenou a Fiat a indenizar por danos morais todos os consumidores que adquiriram o automóvel ano 2006, modelo 2007, mas que jamais foi fabricado neste ano.

Além disso, o TJRS condenou a montadora à obrigação de não mais ofertar automóveis fabricados em um ano com modelo do ano seguinte sem que mantenha, nesse próximo ano, o modelo fabricado no ano anterior, sob pena de multa de R$ 10 mil para cada veículo ofertado nessas condições.

**Defesa da Fiat**

Em recurso ao STJ, a Fiat Automóveis sustentou a ilegitimidade do Ministério Público para tutelar direitos individuais homogêneos e disponíveis, sem interesse público relevante envolvido no caso.

Alegou ainda a ausência de prática comercial abusiva, uma vez que o lançamento de modelos diferentes do mesmo veículo no mesmo ano, ainda que o modelo não venha a ser fabricado no ano posterior, não configura publicidade enganosa.

A Fiat argumentou que a modificação do modelo, ocorrida posteriormente, não atinge aqueles consumidores que já haviam adquirido o veículo antes da reestilização.

**Expectativa de consumo**

Em seu voto, o relator, ministro Sidnei Beneti, afirmou que o MP está legitimado a promover ação civil pública, não apenas em defesa de direitos difusos ou coletivos de consumidores, mas também de seus direitos individuais homogêneos. Esse entendimento já está amparado na jurisprudência do STJ.

Quanto à responsabilidade da Fiat, o ministro destacou que, embora o fabricante não estivesse proibido de antecipar o lançamento de um modelo meses antes da virada do ano – prática muito utilizada no país –, não se pode admitir que, após divulgar e comercializar o automóvel Palio Fire ano 2006, modelo 2007, a montadora simplesmente lançasse outro automóvel, com o mesmo nome, mas com alteração de itens.

“Isso nos leva a concluir ter ela oferecido, em 2006, um modelo 2007 que não viria a ser produzido neste ano, ferindo a fundada expectativa de consumo dos seus dquirentes”, ressaltou Beneti.

**Boa-fé**
O ministro afirmou ainda que é necessário que as informações sobre o produto sejam prestadas ao consumidor, antes e durante a contratação, de forma clara, ostensiva, precisa e correta, com o objetivo de sanar quaisquer dúvidas e assegurar o equilíbrio da relação entre os contratantes.

“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”, disse o relator.

Dessa forma, o colegiado decidiu manter a decisão do TJRS, que arbitrou o valor do dano moral em 1% do preço de venda do veículo, devidamente corrigido, a ser pago ao primeiro adquirente de cada veículo, com juros de mora a partir da data do evento danoso, que corresponde à da aquisição.

Fonte: Sala de Notícias do STJ