

APELAÇÃO CÍVEL N. 0019998-28.2012.811.0041

**APELANTE: CRISTIANO ANDRADE FREITAS BAPTISTELA E
EVELINE DOS SANTOS TEIXEIRA BAPTISTELA**

**APELADO: P.D.G. CONSTRUTORA e GINCO
EMPREENDEIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.**

EMENTA

APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL - DIVULGAÇÃO DE VENDA DE CONDOMÍNIO QUANDO SE TRATAVA DE LOTEAMENTO - PROPAGANDA ENGANOSA - REPARAÇÃO DEVIDA - RECURSO PROVIDO.

"O princípio da vinculação da publicidade reflete a imposição da transparência e da boa-fé nos métodos comerciais, na publicidade e nos contratos, de modo que o fornecedor de produtos ou serviços obriga-se nos exatos termos da publicidade veiculada, sendo certo que essa vinculação estende-se também às informações prestadas por funcionários ou representantes do fornecedor." (REsp 1188442

Se as denúncias difundidas na imprensa eram verdadeiras e foi demonstrado o desgaste emocional dos consumidores em decorrência da propaganda enganosa e das falhas na prestação do serviço, além da ofensa à sua honra, é devida a reparação por dano moral.

APELAÇÃO CÍVEL N. 0019998-28.2012.811.0041

**APELANTE: CRISTIANO ANDRADE FREITAS BAPTISTELA E
EVELINE DOS SANTOS TEIXEIRA BAPTISTELA**

**APELADO: P.D. G. CONSTRUTORA e GINCO
EMPREENDEMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.**

RELATÓRIO

Apelação Cível em Ação de Indenização por Danos Morais julgada improcedente com a condenação dos autores nas custas, despesas processuais e honorários advocatícios fixados em R\$3.000,00, com a suspensão do pagamento na forma prevista no art. 98, §3º do CPC, por serem beneficiários da justiça gratuita.

Os apelantes narram os fatos que deram ensejo à Ação por eles ajuizada, reafirmam que foram vítimas de propaganda enganosa das apeladas que, com estratégia difamatória, instauraram processo criminal contra eles, praticando, portanto, ato ilícito.

Sem contrarrazões (id 7154143).

É o relatório.

Des. Rubens de Oliveira Santos Filho
Relator

APELAÇÃO CÍVEL N. 0019998-28.2012.811.0041

**APELANTE: CRISTIANO ANDRADE FREITAS BAPTISTELA E
EVELINE DOS SANTOS TEIXEIRA BAPTISTELA**

**APELADO: P.D. G. CONSTRUTORA e GINCO
EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.**

VOTO

Os autores alegam que adquiriram a unidade autônoma nº 16, Quadra nº 15 no Condomínio Residencial San Marino e que foram vítimas de propaganda enganosa, uma vez que o imóvel está situado em loteamento e não em condomínio, como declarado pelas apeladas na proposta. Além disso, o vendedor lhes teria dito que haveria uma pista de caminhada no entorno de todas as casas e um muro de pelo menos 03 metros.

Constatando a inexistência da área reservada para caminhada e que a altura do muro era de 2,4 metros, foram até a Prefeitura e confirmaram na Secretaria de Meio Ambiente que o empreendimento foi registrado como loteamento e era impossível que fosse alçado à condição de condomínio fechado.

Dirigiram-se, então, à Procuradoria-Geral do Município de Cuiabá, e o Procurador responsável pelo Patrimônio Público ratificou a informação acima, e acrescentou que havia previsão

de derrubada da construção considerada como sendo a guarita do empreendimento.

Aduzem que tentaram resolver o problema de várias formas, mas sem sucesso e por isso buscaram o Ministério Público, sendo instaurado o Inquérito Civil n. 002017-002/2010, o que foi divulgado pela assessoria de imprensa do MP, bem como firmado o Compromisso de Ajustamento de Conduta entre o MP e as rés, ora apeladas. Diante disso, eles foram procurados pela mídia, tendo prestado informações sobre o caso.

Relatam que não estavam sozinhos na indignação contra as empresas, pois dezenas de outras famílias se juntaram a eles. Contudo, tais fatos causaram-lhes imenso transtorno, visto que as rés os proibiram de visitar a obra e não davam notícias sobre o seu andamento, o que aumentou a angústia do casal, que continuava pagando o imóvel e mais o aluguel onde moravam provisoriamente.

Dizem que as rés começaram a agendar reuniões com outros compradores para desqualificá-los (os autores) e em visitas a lugares públicos passaram a ser apontados por corretores de modo pejorativo, sofrendo enormes constrangimentos.

Afirmaram, ainda, que a entrega do empreendimento a eles demorou mais que o normal e só aconteceu depois de notificarem as rés, não obstante estar pronto há tempos, tanto é que outros compradores receberam antes deles.

Assinalam que enfrentam ataques morais por parte do morador ligado às empresas e seus amigos, uma vez que em reuniões de condomínio a apelante é chamada de "louca" e também ficou um período sem poder andar sozinha no loteamento porque foi agredida verbalmente por outro morador que acreditou nas acusações de que ela estaria chantageando as apeladas.

Ressaltam que estas apresentaram queixa-crime contra eles por calúnia, o que os deixou envergonhados aos explicarem para seus chefes e colegas de trabalho que teriam de comparecer à audiência na justiça criminal. Argumentam que esse ato caracteriza dano moral, já que, além de tudo que já tinha ocorrido, expôs dois cidadãos honestos - um servidor público e a outra jornalista - a situações vexatórias.

Destacam que passaram por momentos altamente depressivos, causados pela opressão de se verem caluniados e vilipendiados na sua imagem e reputação.

Mostram os documentos acostados aos autos que **a GOLDFARB anunciou o empreendimento como se fosse um condomínio, mas se tratava de loteamento (id 7153964 - pág. 01/03).**

Apesar de no Instrumento Particular de Promessa de Compra e Venda estar consignada a venda de um imóvel no **Loteamento denominado Residencial San Marino**, os autores foram induzidos

a comprá-lo pensando ser um condomínio, mas há diferenças significativas entre eles.

No primeiro o comprador só terá direito sobre seu próprio lote, já que, quando a prefeitura aprova o sistema viário, **o acesso é livre à população.** O que poderá ocorrer é um controle de circulação, ou seja, para quem não reside ou trabalha ali a entrada é liberada mediante apresentação de documentos.

Não existe restrição para entrar no local. A prefeitura pode conceder o direito de uso e a qualquer momento reverter esse consentimento.

Inclusive, para cada empreendimento existem leis específicas. A de n. 6.766/79 dispõe sobre parcelamento de solo urbano (loteamentos), classificando o loteamento fechado com uma gleba subdividida em lotes edificáveis, na qual serão abertas vias públicas. Já a de n. 4.591/64 é restrita a condomínios fechados, com finalidade residencial ou não. O condomínio também se submete aos artigos 1331 a 1358 do Código Civil, enquanto os loteamentos, aos artigos 53 ao 61.

E mais, o Código de Defesa do Consumidor, que comanda a relação, deu à publicidade a natureza jurídica de contrato. Se há uma oferta pela mídia, no momento em que o consumidor dela toma conhecimento dá-se o efeito vinculativo, e a partir do instante em que

manifesta sua aceitação pelo produto, a oferta torna-se contrato.

Para o STJ, a propaganda veiculada pelas construtoras e incorporadoras integra a avença e suas promessas devem ser cumpridas.
Confira-se.

DIREITO DO CONSUMIDOR. PUBLICIDADE ENGANOSA. EMPREENDIMENTO DIVULGADO E COMERCIALIZADO COMO HOTEL. MERO RESIDENCIAL COM SERVIÇOS. INTERDIÇÃO PELA MUNICIPALIDADE. OCULTAÇÃO DELIBERADA DE INFORMAÇÃO PELO FORNECEDOR. ANULAÇÃO DO NEGÓCIO JURÍDICO. INDENIZAÇÃO POR LUCROS CESSANTES E POR DANOS MORAIS DEVIDA. 1. O direito à informação, no Código de Defesa do Consumidor, é corolário das normas intervencionistas ligadas à função social e à boa-fé, em razão das quais a liberdade de contratar assume novel feição, impondo a necessidade de transparência em todas as fases da contratação: o momento pré-contratual, o de formação e o de execução do contrato e até mesmo o momento pós-contratual. 2. O princípio da vinculação da publicidade reflete a imposição da transparência e da boa-fé nos métodos comerciais, na publicidade e nos contratos, de modo que o fornecedor de produtos ou

serviços obriga-se nos exatos termos da publicidade veiculada, sendo certo que essa vinculação estende-se também às informações prestadas por funcionários ou representantes do fornecedor. 3. Se a informação se refere a dado essencial capaz de onerar o consumidor ou restringir seus direitos, deve integrar o próprio anúncio, de forma precisa, clara e ostensiva, nos termos do art. 31 do CDC, sob pena de configurar publicidade enganosa por omissão. 4. No caso concreto, desponta estreme de dúvida que o principal atrativo do projeto foi a sua divulgação como um empreendimento hoteleiro - o que se deduz à toda vista da proeminente reputação que a Rede Meliá ostenta nesse ramo -, bem como foi omitida a falta de autorização do Município para que funcionasse empresa dessa envergadura na área, o que, à toda evidência, constitui publicidade enganosa, nos termos do art. 37, caput e § 3º, do CDC, rendendo ensejo ao desfazimento do negócio jurídico, à restituição dos valores pagos, bem como à percepção de indenização por lucros cessantes e por dano moral. 5. Recurso especial de Antônio Rogério Saldanha Maia provido. 6. Recursos especiais de Gafisa S/A e Banco BBM S/A não

conhecidos. Prejudicadas as demais questões suscitadas. (Resp 1188442-RJ, RELATOR MINISTRO LUIS FELIPE SALOMÃO, j. em 06/11/2012)

Não bastasse tudo isso, cópia da inicial da Ação Penal movida contra os autores demonstra que as ora apeladas argumentaram que eles deflagaram uma "típica e criminosa campanha publicitária de difamação contra a empresa querelante", como se as notícias divulgadas na imprensa fossem falsas.

Contudo, o Compromisso de Ajustamento de Conduta (id 7153967 - pág. 10 a 7153968) firmado pelas rés com o Ministério Público deixa evidente que as reclamações dos apelantes eram procedentes, pois do contrário elas não teriam concordado em assiná-lo, tanto é que algumas das obrigações a que se comprometeram eram as mesmas apontadas pelos autores - elevação do muro existente, já que estava em desacordo com o prometido, cercas elétricas para melhorar a segurança, alteração da pista de caminhada, entrega de guarita, dentre outras.

Logo, está configurado o dano moral, porquanto trata-se de relação de consumo e o CDC veda a transmissão de propaganda enganosa, o que se verificou nos autos ao se difundir a venda de loteamento como se fosse condomínio.

É flagrante também o desgaste emocional dos autores, que foram obrigados a buscar até o MP para que as apeladas cumprissem sua parte no contrato, **bem como o sofrimento por terem sido acusados injustamente de estarem imputando-lhes fatos inverídicos, o que supera em muito meros dissabores.**

Atento às circunstâncias do caso e aos princípios da razoabilidade e proporcionalidade, condeno as apeladas ao pagamento de R\$10.000,00 como indenização por danos morais, a cada um dos apelantes, com correção pelo IGPM desde a data do presente acórdão, nos termos da Súmula 362 do STJ, e acrescidos de juros moratórios de 1% ao mês a contar da citação.

Isso posto, dou provimento ao Recurso para cassar a sentença impugnada e condenar as apeladas à reparação conforme acima consignado.