



STJ nega pedido de consumidor contra Peugeot Citroën

23/06/2004

A 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça rejeitou pedido de indenização por danos morais e materiais do radialista Marcello Cinelli de Paula Freitas, do Rio de Janeiro, contra a Saint Germain Distribuidora de Veículos Ltda. e da Peugeot Citroën do Brasil S/A. Ele acusou as empresas de propaganda enganosa. A decisão foi tomada por três votos a dois.

Freitas entrou na Justiça porque adquiriu um veículo vendido originalmente pela Saint Germain como modelo 2001, mas depois soube de lançamento, pela Peugeot Citroën, de um “novo modelo 2001”. Por isso, o consumidor pedia que as duas empresas fossem condenadas a substituir seu veículo pelo carro efetivamente novo, ou, então, que lhe pagassem o valor equivalente à desvalorização sofrida em virtude do lançamento do novo modelo, além de indenização por danos morais no valor de 70 salários mínimos.

A Justiça do Rio negou o pedido. Para a Justiça fluminense, como o autor adquiriu o carro da Rádio Cidade, que, por sua vez, havia adquirido o veículo das duas empresas em troca de tempo de propaganda na emissora, não poderia o radialista acionar a distribuidora e a fabricante, que nada contrataram com ele. Ou seja, não há qualquer relação jurídica entre eles.

A relatora do processo, ministra Nancy Andrichi, acolheu o recurso do consumidor em voto acompanhado pelo ministro Humberto Gomes de Barros. Eles consideraram que, mesmo havendo adquirido o veículo de terceiro, ainda assim ocorreria a responsabilidade das empresas de indenizar o prejuízo causado.

Mas prevaleceu o ponto de vista do ministro Castro Filho, que foi acompanhado pelos ministros Pádua Ribeiro e Carlos Alberto Menezes Direito. Eles mantiveram a decisão da Justiça do Rio, por entender que não há qualquer ligação comercial entre o autor e as empresas acionadas, que nada celebraram entre si.

Para o ministro Castro Filho, na linha do entendimento do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, se o autor da ação comprou o veículo de terceiro, que por sua vez o havia adquirido em troca de inserção publicitária em sua grade de programação, não pode invocar um vício de propaganda. Isso porque a transação celebrada tinha circunstâncias especiais de transferência e é óbvio que ninguém pode transferir mais direitos do que aqueles que tem.

Resp 502.432

Fonte: https://conjur.jumps.com.br/2004-jun-23/stj_nega_pedido_consumidor_peugeot_citroen/