



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Registro: 2014.0000710811

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos do Apelação nº 9001664-35.2009.8.26.0506, da Comarca de Ribeirão Preto, em que é apelante SUPER HOLDING GIMENES LTDA, é apelado MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO.

ACORDAM, em 2ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: "Negaram provimento ao recurso. V. U. Sustentou oralmente a Dra. Marília Volpe Zanini.", de conformidade com o voto do Relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Exmos. Desembargadores ALVARO PASSOS (Presidente) e JOSÉ JOAQUIM DOS SANTOS.

São Paulo, 4 de novembro de 2014.

MARCIA TESSITORE

RELATOR

Assinatura Eletrônica



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

APELAÇÃO nº 9001664-35.2009.8.26.0506

APELANTE: SUPER HOLDING GIMENES LTDA

APELADO: MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO

COMARCA: RIBEIRÃO PRETO

VOTO Nº 1518

RESPONSABILIDADE CIVIL – Ação Civil Pública – Indenização por danos morais e Obrigação de Fazer – Prática atentatória à saúde física dos consumidores (comercialização de produtos com prazo de validade expirado) e Propaganda enganosa – Procedência do pedido para condenar a ré no pagamento de reparação moral no montante de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) – Preliminares – Cerceamento de Defesa – Inocorrência – Ausência de fundamentação ao decisum quanto aos parâmetros de fixação do valor indenizatório – Inocorrência – Veiculação de produtos inadequados ao consumidor, ora com prazo de validade adulterado, ora sem informação devida acerca de tal prazo sua validade – Má prestação do serviço – Produto comercializado, impróprio ao consumo – Dever de informar – Inteligência dos artigos 6º, inciso II; 12, § 1º, inciso I e II, ambos do CDC – Publicidade enganosa – Ofensa à boa-fé objetiva – Condutas ilícitas – Responsabilidade civil configurada – Dano moral coletivo – Dever em indenizar – Requisitos presentes – Redução do quantum – Impossibilidade – Decisão mantida – Juros de mora – Cômputo – Revisão de ofício – Precedentes desta Câmara – Súmula 54, STJ – Recurso desprovido, com observação.

Trata-se de apelação interposta contra a r. sentença de fls. 697/706, cujo relatório adoto, que julgou procedente o pedido para condenar a ré no pagamento de indenização por danos morais no valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), com juros desde a citação e correção monetária desde a publicação desta decisão, a ser revertida ao fundo referido no artigo 13 da Lei nº 7.347/85. Em razão da sucumbência, condenou a requerida ao pagamento das custas e despesas processuais.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Os declaratórios (fls. 710/722), opostos pela empresa-ré, foram rejeitados (fl. 723).

Apela, pugnando, inicialmente, pela nulidade da sentença, sob os seguintes argumentos: a) teve a defesa cerceada; b) requereu produção de prova testemunhal, por tratar-se de matéria de fato; c) a sentença carece de fundamentação na mensuração do *quantum* fixado por indenização; d) o Magistrado não indicou os motivos, elementos fáticos e jurídicos utilizados na quantificação, descumprindo o comando esculpido no artigo 93, IX da Constituição Federal; e) os princípios constitucionais da ampla defesa, contraditório e devido processo legal foram violados; f) prequestiona os dispositivos legais que embasaram as preliminares.

No mérito, busca a improcedência do pedido, deduzindo, para tanto, as seguintes razões: a) a assinatura do Termo de Ajustamento de Conduta foi inviabilizada porque encerrou suas atividades empresariais na gestão de lojas de supermercados, desfigurando o polo passivo das investigações civis; b) foi constituída nova empresa, sob a forma de sociedade anônima; c) informou ao Ministério Público, alertando-o que não poderia assumir responsabilidade por empresa que não mais administrava, sob pena de nulidade; d) o inquérito civil nº 683.1.321.3-05 (prática atentatória contra a saúde pública por expor à venda produtos com prazo de validade expirado) baseou-se em sentença criminal pendente de recurso de apelação; e) quando da inspeção sanitária, não foi apreendido nenhum produto vencido ou com prazo de validade adulterado; f) o bilhete trocado entre funcionários não indica que os produtos seriam recolocados à venda (fl. 42); g) o consumo era direcionado aos próprios funcionários; h) há margem de segurança (data de validade superior à que consta na etiqueta) para os produtos perecíveis conforme prova oral produzida nos autos criminais; i) o produto vencido (bolo prestígio), ainda estava apto ao consumo, tanto que não foi enviado pela inspeção sanitária, ao Instituto Adolfo Lutz; j) a sobreposição de etiquetas em seus produtos foi realizada



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

por terceiro (não funcionários), fora de suas dependências; k) não produziu propaganda enganosa (inquérito civil nº 090.1.043.3-06) conforme apurado no Juizado Especial Criminal; l) o processo foi arquivado porque houve, na realidade, equívoco do cliente que adquiriu determinado produto pensando ser o anunciado; m) os preços atraentes levaram ao fim do estoque; n) os produtos perecíveis, fracionados pela própria empresa, não possuem a etiqueta do prazo de validade porque o procedimento é realizado na frente do consumidor, após a sua escolha (inquérito civil nº 468.1.152.3-6); o) demonstrou legitimidade e lisura, nas relações comerciais com os consumidores; p) as irregularidades apontadas nos inquéritos civis foram sanadas a tempo, tanto que não houve imposição de sanção administrativa pelos órgãos de vigilância sanitária e Procon; q) não houve má-fé, apenas descuido (preços divergentes, produtos sem prazo de validade, outros com a validade expirada e etiquetas sobrepostas), tampouco intenção de enriquecer ilícitamente com a comercialização deste produtos; r) os produtos com a validade vencida poderiam ser trocados pelos consumidores; s) inexistente ato ilícito (propaganda enganosa e sobreposição de etiquetas); t) há decisão judicial reconhecendo a legalidade de sua propaganda; u) os prejuízos não estão configurados; v) apenas dois consumidores foram eventualmente lesados; w) a indenização é desproporcional face ao processo de recuperação judicial enfrentado pela empresa Supermercado Gimenes S/A; y) não possui faturamento mensal para cumprir com a condenação.

Pretende a nulidade da sentença, se assim não o for, a improcedência e, subsidiariamente, a redução do *quantum* indenizatório. (fls. 724/767).

Recurso tempestivo, preparado (fls. 768/769), recebido no duplo efeito (fl. 770) e respondido (fls. 772/782).

Nesta instância, o douto Procurador de Justiça opinou pela manutenção da decisão, consignando a inquestionável



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

responsabilidade civil da requerida, ao fornecer alimentos em condições impróprias ao consumo e na veiculação de propaganda enganosa, causando lesão aos consumidores. Sustenta que o valor fixado por reparação moral está em consonância às possibilidades econômicas da fornecedora e à gravidade do ato ilícito, pondo em risco a saúde pública e a segurança daqueles (fls. 786/800).

É o relatório.

Ab initio, as preliminares.

O cerceamento de defesa nem por sombra ocorreu. As provas trazidas são suficientes ao julgamento da lide e a realização de audiência de instrução e julgamento, como quer a apelante, em nada alteraria o seu desfecho. A prova testemunhal pretendida é desnecessária porque já foi, inclusive, emprestada do procedimento criminal, seja por compor os inquéritos civis, seja por serem os depoimentos de seus prepostos, lá produzidos, citados nas razões apresentadas, como embasamento à sua defesa, evitando-se, assim prolongamento inútil da demanda.

A despeito de tal referência, os fatos (práticas e condutas) que lhe foram imputados estão suficientemente elucidados através dos procedimentos trazidos pelo órgão ministerial, onde estão anexados os diversos autos de constatação, infração, notificação e imposições de multa, sob a lavra do executivo municipal (fls. 58/203, 398/400, 403/414), perícia (fls. 440/448), ilustrações (fls. 362/363), processo criminal (fls. 339/356) e fiscalizações, a cargo do PROCON (fls. 398/400).

É o que basta. Prescindível qualquer outra prova, neste sentido, que impedisse a prolação da sentença.

Ademais, observo que, em três momentos



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

específicos, a ré confessou a sua postura inadequada, frente ao consumidor. Primeiro, na sobreposição de etiquetas sobre a validade do produto, pretextando que *há margem de segurança para produtos perecíveis* (sic – fl. 740) e, *quanto ao bolo adquirido pela vítima Sueli, não houve comprovação de que estava inapto para o consumo apesar de estar com seu prazo de validade expirado* (sic – fl. 740) e por fim, no que toca à propaganda enganosa, assim afirmou: (...) *após a visita do PROCON, a apelante imediatamente modificou o preço do produto em sua lousa, para deixa-los nos moldes da publicidade veiculada* (sic – fl. 747).

De qualquer forma, o Juiz é soberano na análise das provas produzidas nos autos, decidindo de acordo com o seu convencimento e indicando as razões para tal. A matéria, por reiteradas vezes, é trazida ao exame dos Tribunais:

O julgamento antecipado da lide não erige, automaticamente, em cerceamento de defesa, porquanto consagra o CPC 131 o princípio da persuasão racional, que habilita o Magistrado a valer-se do seu convencimento, à luz dos fatos, das provas, da jurisprudência e da legislação que entender aplicável ao caso concreto” (Apelação Cível nº 9095305-14.2007.8.26.0000, 2ª Câmara de Direito Privado, Relator Neves Amorim, julgado em 17/01/2012, votação unânime, citando precedente do STJ).

Cabe ao Magistrado¹, determinar a realização das provas imprescindíveis à instrução do processo, indeferindo as diligências desnecessárias. Ele é o destinatário da prova, e, neste sentido, tem a liberdade de valorar a necessidade ou não de sua produção, objetivando a formação de sua convicção pessoal acerca da lide.

Preliminar afastada.

A sentença proferida – que nada tem de nula –

¹ Artigo 130, CPC.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

ao impor o *quantum* indenizatório o fez com base na teoria do desestímulo, largamente reconhecida na jurisprudência e doutrina, que engloba dupla finalidade: compensar o dano experimentado pela vítima e punir o ofensor, desencorajando-o na reincidência da conduta.

A quantificação do dano moral, outrossim, deve ficar ao prudente arbítrio do julgador, com seu subjetivismo e ponderação, nos exatos termos consignados pelo Magistrado *a quo*, equilibrando compensação e desestímulo² e atento, ainda, à gravidade da prática comercial em detrimento aos consumidores, difusamente considerados, seja por validade expirada, seja por propaganda em erro, reiteradamente difundida.

No mais, a matéria será novamente abordada na análise do mérito.

Preliminar rejeitada.

De plano, a constituição de nova empresa.

A extinção da “Super Holding Gimenes” (sucessora da “Supermercados Gimenes Ltda.”), por consenso de seus sócios³, para constituição da “Supermercados Gimenes S/A” não teria o condão de eivar de nulidade a assinatura do Termo de Ajustamento de Conduta, se assim tivesse procedido a apelante. Ocorrido o ato de dissolução da sociedade (fls. 291/314) ela não perde automaticamente a sua personalidade jurídica continuando a *existir apenas para ultimar suas obrigações*⁴. Ou seja, os danos causados aos consumidores, enquanto produzidos em suas lojas, o foram sob a constituição antiga, enquanto gestora das lojas de supermercados, legitimando-a para o compromisso de ajustamento de conduta.

² STJ, AREsp 480441/MS, 2ª Turma, Relator Ministro Herman Benjamin, julgado em 11/04/2014.

³ Artigo 1.033, II, CC.

⁴ André Luiz Santa Cruz Ramos. *Direito Empresarial*. 2ª edição. São Paulo: Editora Método, 2012, página 381.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Anoto, por fim, que, apesar da constituição da sociedade anônima e registro perante a Junta Comercial (1º de março de 2007 – fls. 298/314), cinco meses após tal ato, a apelante (“Super Holding Gimenes Ltda.”), outorgou, em seu nome, procuração *ad judicium*, para defesa nesse processo, em clara continuidade de suas atividades (fl. 682).

O mérito.

A questão encontra fundamento no dever em indenizar o dano moral coletivo, configurado com as condutas ilícitas praticadas pela requerida, em desrespeito aos princípios (informação e boa-fé) e dispositivos legais que norteiam as relações de consumo, expondo a risco, a saúde e a integridade do consumidor, difusamente considerado.

Neste âmbito, estão incontroversas nos autos: a propaganda enganosa, decorrente da divergência entre preço anunciado e preço cobrado, da indisponibilidade de oferta anunciada, bem como de produto anunciado sem indicação do valor de compra (fls. 358/433). Inequivocos, também, a venda de produtos com prazo de validade expirados, disfarçados com a sobreposição de etiquetas atualizadoras, no intuito de burlar a data de validade e possibilitar sua reinserção no mercado (fls. 34/356) e, a comercialização de produtos fracionados sem a informação prazo para o consumo (fls. 435/538).

Defender a margem de vida útil dos produtos comercializados, a não lesividade pelo prazo expirado e a sobreposição de etiquetas feita *por terceiros (não funcionários da apelante) e não em suas dependências* (sic – fl. 740), não exclui e nem ameniza sua responsabilidade. Tal prática não pode ser imposta ao consumidor que não possui meios para averiguar se o produto expirado ainda estaria apto ao consumo.

Neste contexto, justificar, em sua defesa, o



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

bilhete trocado, entre seus funcionários, como simples opção de rotina entre o descarte e o consumo por eles próprios, acrescido da ausente perícia sobre o bolo inapto (*vítima Sueli* – fl. 741) e, por fim, a possibilidade de troca, pelo consumidor, da mercadoria expirada, no intuito de excluir-lhe a responsabilidade, tampouco vingam.

A propósito, observo que a sentença condenatória pela veiculação de alimento com prazo de validade adulterado, em face das prepostas da ré, foi mantida nesta instância. Transcreve-se:

CRIME CONTRA AS RELAÇÕES DE CONSUMO - VENDA EM SUPERMERCADO DE PRODUTO ALIMENTÍCIO COM PRAZO DE VALIDADE VENCIDO - SOBREPOSIÇÃO DE ETIQUETAS QUE INFORMAM A DATA MÁXIMA PARA CONSUMO – CARACTERIZAÇÃO DO DELITO PREVISTO NO ART. 7º, IX, DA LEI 8137/90 - OCORRÊNCIA: Caracteriza o delito previsto no art. 7o, IX, da Lei 8137/90 a venda de produto alimentício em condições impróprias para o consumo em razão de expirado o prazo de validade, o qual se tentou alterar com a sobreposição de etiqueta que ampliava o prazo de vencimento. (Apelação criminal nº 9152189-92.2009.8.26.0000, 15ª Câmara Criminal, Relator J. Martins, julgada em 04/08/2011).

A mesma conclusão se impõe aos produtos perecíveis, fracionados sem a indicação da validade (fls. 443/445). Ou seja, mesmo fracionado a pedido do consumidor, devem conter informações suficientes ao seu consumo seguro, até porque já deveriam estar inclusas na peça inteira, tratando-se de produto *in natura*. Assim, inobstante a ausência de norma específica regulamentadora sobre fracionamento de produtos, está inequívoco que sua manipulação e venda devem observar as normas atinentes aos produtos perecíveis (fls. 458/538).

No que tange a veiculação de propaganda enganosa, melhor sorte não lhe ampara.

A oferta anunciada (“peito de frango congelado sertanejo”), ao não discriminar a diferença (peso e invólucro) entre os dois produtos que comercializa, sob esta denominação (bandeja/pacote), até porque fotografou o produto *in natura* (fl. 363), não informou, suficientemente, ao consumidor, dado essencial a influir na sua opção econômica, inculcando-lhe falsa noção da realidade exposta.

Uma publicidade não deve destoar da verdade real daquilo que se propõe a anunciar, dentro dos limites da lei. A afirmação ou omissão de dados que falte com a verdade, a manipulação de frases, sons e imagens que confundam ou iludam o consumidor, induzindo-o em erro, e a discriminação de qualquer natureza são consideradas publicidades (propagandas) enganosas ou abusivas⁵.

Nesta vertente, atribuir “esquecimento” ao preposto, na alteração do preço do produto “alcatra com maminha”, também anunciado a menor e exposto a maior, tampouco merece crédito e não afasta sua responsabilidade na veiculação enganosa porque somente processadas (fls. 645/649) após o auto de constatação do PROCON (fl. 405). Ou seja, inexistente a inspeção pelo órgão municipal, continuaria na prática abusiva. É pueril sua argumentação.

A indisponibilidade, aos consumidores, dos diversos produtos anunciados em seus informativos publicitários (fls. 404, 406, 407, 409 e 410) foi constatada pela fiscalização municipal (fls. 398/400 e 403, 408, 411, 412 e 413), em mais de uma loja da requerida e logo no primeiro dia de veiculação da propaganda. Em outras palavras: anunciou produto com estoque limitado à demanda. Os documentos anexados não ilidem sua responsabilidade, enquanto não ficou demonstrada a proporção entre aquisição e demanda (fls. 631/642) a justificar o término dos estoques

⁵ Ezequiel Moraes. Fábio Henrique Podestá. Marcos Marins Carazai. *Código de Defesa do Consumidor Comentado*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010, página 192.

ante a excessiva procura do produto pelos consumidores.

Em linha de arremate, acresço que o anúncio já é considerado enganoso no momento em que é veiculado, pouco importando, se tenha atingido ou não o consumidor, espalhando, assim, a tese da ré acerca de *meras irregularidades sanadas a tempo*.

A propósito:

Após divergir para considerar que o consumidor ideal (normalmente informado e razoavelmente atento e advertido), o médio ou razoável, é que deve servir de parâmetro para a avaliação da enganabilidade, Luiz Antonio Rizzatto Nunes, com precisão, por certo aparelhado na essência objetiva/preventiva do Código, voltado à efetiva proteção do consumidor contra todos os possíveis abusos, conclui que “o anúncio é enganoso antes mesmo de atingir qualquer consumidor em concreto; basta ter sido veiculado”, isso porque – como afirma o Min. Benjamin – “não se exige prova de enganabilidade real, bastando a mera enganabilidade potencial (‘capacidade de indução ao erro’), sendo desprovida de relevo nesse processo a boa-fé subjetiva do anunciante⁶.

Indisputável a responsabilidade civil da ré.

Decorre da ilicitude de sua postura e conduta, frente ao consumidor, e vem consubstanciada, na má prestação do serviço⁸, comercializando produto defeituoso⁹ e desprovido de informação suficiente ao consumo¹⁰, pondo em risco a saúde da coletividade de

⁶ Guilherme Ferreira da Cruz. *Teoria Geral das Relações de Consumo*. São Paulo: Editora Saraiva, 2014, página 201.

⁸ Artigo 14, § 1º, I e II, CDC.

⁹ Artigo 12, § 1º, I e II, CDC.

¹⁰ Artigo 6º, III, CDC.

consumidores de Ribeirão Preto¹¹, com fundamento na teoria do risco da atividade¹², verificada, independentemente de qualquer aferição de culpa, pelo exclusivo fato de ter reinserido, no mercado de consumo, produto com prazo de validade expirado.

Provém, outrossim, da veiculação de propaganda desprovida de veracidade¹³ que induz em erro o consumidor, influenciando na sua opção de compra e maculando o princípio – caro à relação de consumo – da boa-fé objetiva, que *enganado leva, como se diz, “gato por lebre”*. *Pensa que está numa situação, mas, de fato, está em outra*¹⁴.

Extraí-se dos autos, ante a farta documentação anexada, como agravante à responsabilidade da requerida, a reiteração – e isto é importante – nesta publicidade enganosa em clara cooptação de clientela, no consumo de produtos outros, alternativamente aos propagados e indisponíveis, propiciando o enriquecimento indevido, este último também verificado na reinserção dos alimentos com data de validade expirados. Recolocando, em suas gôndolas, produto velho, mantém intacto o estoque de insumos a serem utilizados na confecção de bolos novos, propiciando, assim, o lucro mais fácil.

Em contrapartida, cabia-lhe, em sua defesa e no exercício de sua exclusiva atividade probatória, impondo-se a inversão do encargo¹⁵, demonstrar estarem presentes, as excludentes do seu dever em indenizar¹⁶. Nada veio aos autos.

Assim o sendo, estão presentes os pressupostos ao dever em indenizar o dano moral coletivo imposto: o ato (produto

¹¹ Artigo 6º, I, CDC.

¹² Artigo 12, § 1º, III, CDC.

¹³ Artigo 37, § 2º, CDC.

¹⁴ Guilherme Ferreira da Cruz. *Teoria Geral...*

¹⁵ Artigo 6º, VIII, CDC.

¹⁶ Artigo 12, § 3º e incisos e Artigo 14, § 3º e incisos, ambos do CDC.

impróprio ao consumo e reiterada publicidade enganosa), o resultado lesivo (ofensa aos interesses jurídicos, titularizados pelos consumidores de Ribeirão Preto), a ofensa coletiva (*intolerabilidade da ilicitude, diante da realidade apreendida e da sua repercussão social*¹⁷) e o nexó causal entre eles, caracterizando a responsabilidade objetiva da empresa ré.

Adotada a reparação pecuniária, a indenização deve corresponder a montante que represente advertência ao lesante e à sociedade de que, não se aceita o comportamento assumido ou o evento lesivo advindo. Consubstancia-se, portanto, em importância compatível com o vulto dos interesses em conflito, refletindo-se de modo expressivo no patrimônio do lesante, a fim de que sinta, efetivamente, a resposta da ordem jurídica aos efeitos do resultado danoso produzido.

Verificada a sua ocorrência, não pode o julgador fugir à responsabilidade de aplicar a lei, em toda a sua extensão e profundidade, com o rigor necessário, para restringir, e até eliminar, o proveito econômico obtido pelo fornecedor com a sua conduta ilícita. A previsão de indenização módicas ou simbólicas não pode ser incorporada à planilha de custos dos fornecedores, como risco de suas atividades. Há de imperar, no mercado de consumo, a ética na relação jurídica, a respeito do consumidor. Caso contrário, não que se falar em efetividade¹⁸.

Por certo, conforme já observado quando da análise das preliminares, a fixação do *quantum* indenizatório está ao arbítrio prudente do julgador, subjetivamente adotado. Em se tratando de dano extrapatrimonial coletivo, o Magistrado deve ainda levar em consideração, as características próprias aos direitos difusos, devendo a reparação imposta representar para a sociedade o reconhecimento aos seus valores essenciais, dentre eles a proteção ao consumidor e à dignidade da pessoa

¹⁷ Xisto Tiago de Medeiros Neto. *Dano Moral Coletivo*. 2ª edição. São Paulo: Editora LTr, 2007, página 121.

¹⁸ Sérgio Cavalieri Filho. *Programa de Direito do Consumidor*. São Paulo: Editora Atlas, 2008, página 93.

humana.

Como bem asseverou a então Ministra Eliana Calmon, *o dano moral extrapatrimonial deve ser averiguado de acordo com as características próprias aos interesses difusos e coletivos, distanciando-se quanto aos caracteres próprios das pessoas físicas que compõem determinada coletividade ou grupo determinado ou indeterminado de pessoas, sem olvidar que é a confluência dos valores individuais que dão singularidade ao valor coletivo*¹⁹.

Reflexamente, o responsável pela reparação deve deter condições ao cumprimento da condenação, sob pena de inviabilizar a pretendida reparação integral e seu caráter punitivo/inibitório/exemplificativo. Assim, em que pese, por um lado, o faturamento mensal no ano de 2007, trazido pela empresa-ré (fls. 670/671), o encerramento de 33 (trinta e três) filiais (fls. 684/688) e o pedido de recuperação judicial ajuizado (fls. 673/680), por outro, colho dos autos que, pelos dados da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), o faturamento do Grupo Gimenes, também no ano de 2007 foi de R\$ 509,3 milhões (sic – fl. 331), em visível contradição ao documento, pouco detalhado, acostado às fls. 670/671.

Sopesando tais informações (dano e dever/reparação e possibilidade), tenho que, no caso *in concreto*, o valor arbitrado pelo Magistrado, R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) está razoável e proporcional, considerando, inclusive, a peculiar situação financeira da ré e atende à função punitiva (intimidativa, pedagógica e profilática) da indenização, mais conhecida por teoria do desestímulo à ocorrência de novas condutas danosas, a capacidade econômica da fornecedora e a compensação à coletividade de consumidores, sem caracterizar enriquecimento sem causa.

O cômputo dos juros de mora, por ser matéria de

¹⁹ STJ, REsp 1.057.274/RS, julgado em 1º/12/2009.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

ordem pública, revejo de ofício, conforme entendimento consolidado neste Colegiado, para ajustá-lo ao teor da Súmula 54²⁰ e a correção monetária, segue a Súmula 362²¹, ambas do Egrégio Superior Tribunal de Justiça, conforme já fixado na sentença.

RESPONSABILIDADE CIVIL. Indenização. Dano moral. Declaração de inexistência de relação jurídica. Contrato bancário fraudulento. Instituição financeira que não demonstra a existência de vínculo com o consumidor, cujo nome é inserido em cadastro de proteção ao crédito. Danos morais configurados. Indenização adequada. Proporcionalidade e razoabilidade. Correção de ofício do termo inicial dos juros moratórios. Honorários advocatícios sucumbenciais reduzidos. Apelação provida em parte com observação. (Apelação Cível nº 0023521-16.2010.8.26.0004, Relator Guilherme Santini Teodoro, j. 22/10/2013).

Considero prequestionados, para efeito de eventuais recursos especial e extraordinário, os dispositivos legais e constitucionais, referidos na arguição das preliminares.

Ante o exposto, **NEGO PROVIMENTO** ao recurso da ré.

MARCIA TESSITORE
RELATORA

²⁰ *Os juros moratórios fluem a partir do evento danoso, em caso de responsabilidade extracontratual.*

²¹ *A correção monetária do valor da indenização do dano moral incide desde a data do arbitramento.*



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo