



ESTADO DO MARANHÃO

PODER JUDICIÁRIO

COMARCA DA ILHA DE SÃO LUÍS

FÓRUM DESEMBARGADOR SARNEY COSTA

VARA DE INTERESSES DIFUSOS E COLETIVOS

CLASSE PROCESSUAL: AÇÃO CIVIL PÚBLICA (65)

PROCESSO: 0811795-74.2024.8.10.0001

AUTOR: Instituto de Proteção e Defesa do Consumidor

Advogados(as) do(a) AUTOR: Katiane Suellen Melo Araújo - MA 27.756, Ricardo Bruno Beckman Soares da Cruz - MA 12.216

RÉU: BYD DO BRASIL LTDA. Advogado do RÉU: Rafael Agostinelli Mendes - SP 209.974

Advogado do RÉU: Rafael Agostinelli Mendes - SP 209.974

SENTENÇA

Ementa: DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. PRÉ-VENDA DE VEÍCULO. OMISSÃO DE INFORMAÇÃO ESSENCIAL SOBRE PREÇO. PUBLICIDADE ENGANOSA. RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR POR ATO DE PREPOSTO. DANO MORAL COLETIVO. PEDIDO PARCIALMENTE PROCEDENTE.

I. CASO EM EXAME

1.1 Ação Civil Pública ajuizada pelo PROCON/MA contra a fornecedora de veículo automotor elétrico, em razão de campanha de pré-venda iniciada antes da divulgação do preço oficial. Consumidores realizaram reservas mediante pagamento antecipado de R\$ 10.000,00, sob expectativa de preço inferior ao posteriormente divulgado. Pedido de cumprimento da oferta e de indenização por dano moral coletivo.

1.2 A instrução demonstrou a circulação de informações sobre preços de R\$ 89.800,00 e R\$ 99.800,00 e a retransmissão dessas informações por gerente de concessionária da marca. O preço oficial foi divulgado posteriormente no valor de R\$ 115.800,00. Os consumidores desistentes receberam o valor pago pela reserva.

II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO

2.1 Há duas questões em discussão: (i) se a omissão do preço oficial durante a pré-venda, associada à circulação de informações sobre preços inferiores por preposto da fornecedora, configura violação ao dever de informação e publicidade enganosa; e (ii) se a conduta gera dano moral coletivo e obriga a fornecedora a cumprir os preços de R\$ 89.800,00 ou R\$ 99.800,00.

III. RAZÕES DE DECIDIR

3.1 A fornecedora iniciou a pré-venda antes da divulgação do preço oficial e permitiu a circulação de informações sobre preços inferiores sem esclarecimento adequado aos consumidores. A conduta violou o dever de informação e caracterizou publicidade enganosa por omissão.

3.2 O gerente de concessionária integrou a cadeia de fornecimento e atuou como preposto perante os consumidores. A retransmissão de informações sobre o preço, no exercício da atividade comercial, atrai a responsabilidade da fornecedora pelos atos de seus prepostos, nos termos do art. 34 do CDC.

3.3 A conduta atingiu número expressivo de consumidores e ultrapassou a esfera individual. A frustração coletiva decorrente da falha informacional e da dificuldade inicial de restituição dos valores pagos caracteriza dano moral coletivo.

3.4 Os preços de R\$ 89.800,00 e R\$ 99.800,00 não foram formalizados na campanha oficial da fornecedora. A circulação dessas informações, embora suficiente para caracterizar a falha informacional e o dano coletivo, não vincula a venda do veículo por valores que não foram oficialmente ofertados.

IV. DISPOSITIVO E TESE

4.1 Pedidos julgados parcialmente procedentes.

Tese de julgamento: “1. A omissão de informação essencial sobre o preço de produto em campanha de pré-venda, quando capaz de induzir consumidores a erro, configura violação ao dever de informação e publicidade enganosa. 2. O fornecedor responde pelos atos de seus prepostos praticados no exercício da atividade de fornecimento. 3. A frustração coletiva decorrente de falha informacional que atinge número expressivo de consumidores pode configurar dano moral coletivo. 4. A circulação de preço por preposto não vincula o

fornecedor à venda por valor que não tenha sido formalmente ofertado em sua campanha oficial.”

Dispositivos relevantes citados: CDC, arts. 6º, III, 30, 31, 34, 37, § 1º, e 39, V e X; Lei nº 7.347/1985, art. 1º.

Jurisprudência relevante citada: STJ, AgRg no Ag nº 1.402.439/RS, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, 3ª Turma, j. 27.03.2012; STJ, AgRg no REsp nº 1.528.428/MG, Rel. Min. Herman Benjamin, 2ª Turma, j. 13.10.2015.

I. RELATÓRIO

Trata-se de Ação Civil Pública (ACP) ajuizada pelo INSTITUTO DE PROMOÇÃO E DEFESA DO CIDADÃO E CONSUMIDOR DO ESTADO DO MARANHÃO – PROCON/MA, qualificado nos autos, contra BYD DO BRASIL LTDA., pessoa jurídica de direito privado também devidamente qualificada, por meio da qual se pleiteia a condenação da Requerida pela prática de publicidade enganosa por omissão, pela violação ao dever de informação e por prática abusiva na pré-venda do veículo automotor elétrico modelo BYD Dolphin Mini, bem como à reparação do dano moral de natureza coletiva causado aos consumidores..

O PROCON/MA narrou, em síntese, que a Requerida deflagrou uma intensa campanha de pré-venda do veículo BYD Dolphin Mini a partir de 25 de fevereiro de 2024, veiculada em diversas mídias e plataformas, inclusive pelo correu Ebazar.com.br Ltda. (Mercado Livre), com grande repercussão nacional. A campanha, marcada pela omissão do preço oficial, gerou uma expectativa de que o valor do veículo estaria "em torno de R\$ 99.800,00, com a possibilidade de um desconto adicional para os primeiros compradores, chegando a R\$ 89.800,00" (ID 113440522). Em virtude dessa amplíssima e não refutada expectativa, mais de 6.100 (seis mil e cem) consumidores realizaram reservas mediante o pagamento antecipado de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), totalizando um valor movimentado de, aproximadamente, R\$ 61.000.000,00 (sessenta e um milhões de reais).

O Autor alegou que, no lançamento oficial ocorrido em 28 de fevereiro de 2024, o preço divulgado pela BYD foi significativamente superior ao esperado e anunciado no mercado — R\$ 115.800,00 (cento e quinze mil e oitocentos reais). Argumentou que a disparidade entre o valor publicizado no mercado e o preço final, aliada à concessão de bônus de R\$ 10.000,00 e do *wallbox* (avaliado em R\$ 7.000,00) para alinhar o preço ao inicialmente sugerido, configurou violação ao direito à informação (arts. 6º, III, e 31 do CDC), publicidade enganosa por omissão (art. 37, § 1º, do CDC) e descumprimento de oferta vinculante (arts. 30 e 35 do CDC). O Autor apontou, ainda, dificuldades impostas aos consumidores que buscaram exercer o direito de arrependimento e reaver a quantia paga a título de reserva.

Ao final, o PROCON/MA requereu a tutela de urgência para determinar que a BYD honrasse o preço anunciado de R\$ 99.800,00 (ou R\$ 89.800,00) para os consumidores da pré-venda ou, alternativamente, restituísse integralmente o valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) no prazo de 48 (quarenta e oito) horas. No mérito, pugnou pela

condenação da Requerida a cumprir a oferta e ao pagamento de indenização por dano moral coletivo no valor de R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais), valor inicialmente atribuído à causa (ID 113440522).

O corréu Ebazar.com.br Ltda. (Mercado Livre) apresentou manifestação sobre o pedido de tutela de urgência (ID 119040783) e, posteriormente, contestação (ID 120789071), suscitando preliminares de inépcia da inicial e ilegitimidade passiva, sob o argumento de atuar apenas como intermediador e plataforma de classificados (*marketplace*), sem ingerência sobre a formação de preço ou sobre a publicidade veiculada pela BYD.

A Requerida BYD DO BRASIL LTDA. apresentou contestação (ID 119634455 e ID 166348171), arguindo preliminares de: a) incompetência territorial do Juízo da Vara de Interesses Difusos e Coletivos de São Luís/MA, sob a alegação de que apenas 204 (duzentos e quatro) intenções de compra eram do Maranhão (menos de 3% do total de adesões); b) ausência de interesse de agir e ilegitimidade ativa do PROCON/MA, sob a tese de que a ação buscava tutelar "direitos individuais homogêneos", os quais demandariam análise da situação fática de cada consumidor; e c) incorreção do valor atribuído à causa.

No mérito, a BYD defendeu a total improcedência dos pedidos. Sustentou que não houve divulgação de preço antes do lançamento oficial em 28/02/2024, que os valores circulantes eram meras "especulações de mercado" de terceiros, e que não pode ser responsabilizada por informações não veiculadas por ela. Negou a prática de venda casada, alegando que o bônus e o *wallbox* eram ofertas promocionais. Por fim, argumentou que o direito de arrependimento foi garantido e que os 1.182 (mil cento e oitenta e dois) desistentes foram integralmente reembolsados, não havendo que se falar em dano material ou moral coletivo.

Em decisão proferida em audiência de saneamento (ID 140959848, realizada em 11/02/2025), o Juízo acolheu a preliminar de ilegitimidade passiva da Ebazar.com.br Ltda. (Mercado Livre), determinando sua exclusão do polo passivo.

Na mesma ocasião, foram rejeitadas as preliminares de incompetência territorial, ausência de interesse processual e ilegitimidade ativa do PROCON/MA, reconhecendo a aptidão do Autor para a defesa dos interesses coletivos e individuais homogêneos em questão, bem como a competência do Juízo de São Luís, conforme a jurisprudência consolidada em sede de Ação Civil Pública.

O Juízo, ao apreciar a impugnação ao valor da causa apresentada pela Requerida, manteve o valor da causa em R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais), montante que reflete a estimativa do dano moral coletivo pleiteado.

A fase de instrução foi marcada pela delimitação das questões de fato controvertidas, focadas na comprovação da publicidade enganosa: a) se a BYD divulgou o valor em pré-venda antes do lançamento oficial; e b) se a BYD contratou *influencers* para divulgar o preço de R\$ 89.800,00 (ID 140959848).

A Audiência de Instrução e Julgamento (AIJ) foi realizada em 06/11/2025 (ID 165167118), com a oitiva da preposta da BYD e das testemunhas -- (gerente de concessionária BYD), -- (*influencer* digital) e -- (consumidor).

Os depoimentos colhidos demonstraram:

1. Pré-venda sem preço oficial: A preposta da BYD confirmou que a pré-venda ocorreu antes da fixação do preço e que a BYD contratou apenas o apresentador Luciano Huck para anunciar o período de reserva, mas não o preço final (ID 143193572).

2. Circulação de preço especulativo e silêncio da Ré: As testemunhas -- e --, bem como os documentos juntados (IDs 113441586, 113441585, 113441581), confirmaram a intensa e ampla divulgação de que o preço seria R\$ 99.800,00 ou R\$ 89.800,00. O gerente -- admitiu ter retransmitido vídeos com o preço especulado, e o influenciador digital -- (com milhões de seguidores) afirmou que a BYD, embora ciente da circulação da informação, não o contatou para desmentir ou corrigir o valor.

3. Frustração do Consumidor: A testemunha -- confirmou que aderiu à pré-venda acreditando no preço menor e sentiu-se frustrado e enganado ao descobrir o valor final de R\$ 115.800,00.

4. Reembolso e Dano Coletivo: Embora a prova tenha demonstrado que houve o reembolso dos R\$ 10.000,00 para os desistentes (incluindo --), o lapso temporal e a dificuldade inicial de reaver o valor, além do número expressivo de consumidores impactados pela frustração coletiva, mantiveram a controvérsia sobre o dano moral coletivo.

O Autor PROCON/MA, em suas alegações finais (ID 166392539), reiterou a violação do dever de informação, a publicidade enganosa por omissão e a prática abusiva, defendendo que a BYD se beneficiou do "silêncio estratégico" para maximizar as reservas, gerando um efeito coletivo de frustração. Requereu a condenação da Ré à reparação do dano moral coletivo no valor de R\$ 12.000.000,00.

A Ré BYD DO BRASIL LTDA., em suas alegações finais (ID 166348171), reiterou a tese de improcedência, alegando que a BYD não veiculou as informações de preço, que a prova não demonstrou sua responsabilidade e que a instrução apenas confirmou a circulação de "rumores" de terceiros.

O MINISTÉRIO PÚBLICO, em seu parecer conclusivo (ID 167207790), manifestou-se pela procedência parcial da Ação Civil Pública. Reconheceu a falha da BYD no dever de informação e a configuração de publicidade enganosa por omissão, permitindo a circulação de expectativa falsa de preço para obter vantagem no número de reservas. O MP opinou pela condenação da Ré ao pagamento de indenização por danos morais coletivos, sugerindo um valor não superior a R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), por considerá-lo adequado aos princípios da proporcionalidade e razoabilidade.

É o relatório. Decido.

II. FUNDAMENTAÇÃO

Das Questões Preliminares

Conforme detalhado no Relatório, as preliminares suscitadas pela Requerida, notadamente a incompetência territorial, a ausência de interesse de agir e a ilegitimidade ativa, foram devidamente analisadas e rejeitadas por ocasião do saneamento do feito (ID 140959848).

Em síntese, a competência do Juízo para processar e julgar a lide foi firmada em razão da abrangência nacional da lesão aos direitos dos consumidores, conforme a regra do art. 93, II, do Código de Defesa do Consumidor (CDC), que permite a propositura da Ação Civil Pública (ACP) na capital do Estado.

A legitimidade do PROCON/MA para atuar na defesa de interesses coletivos e individuais homogêneos, mesmo que estes últimos requeiram uma eventual liquidação individualizada (o que não se confunde com a apuração da responsabilidade coletiva *sub judice*), é plenamente reconhecida pelo ordenamento jurídico (Art. 82, III, CDC), rechaçando-se a tese de inadequação da via eleita. O interesse de agir, por sua vez, subsiste na medida em que a ação não visa apenas à restituição do sinal de R\$ 10.000,00 (já efetuada para os desistentes), mas sim à reparação do dano moral de natureza transindividual provocado pela frustração da expectativa e pela falha informacional no mercado.

Superadas as questões processuais, passa-se à análise do mérito, devidamente instruído e consubstanciado nas provas documentais e orais produzidas.

Da Relação de Consumo e do Regime de Responsabilidade Objetiva

A presente lide versa sobre a relação jurídica estabelecida entre a BYD DO BRASIL LTDA., fornecedora de produtos automotivos, e a coletividade de consumidores que aderiu à campanha de pré-venda do veículo Dolphin Mini. Esta relação está inequivocamente sujeita às normas e princípios do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90).

No âmbito consumerista, o regime de responsabilidade civil do fornecedor é de natureza objetiva, fundado na teoria do risco da atividade (arts. 12 e 14 do CDC). Isso significa que, para configurar a responsabilidade, basta a comprovação do nexo de causalidade entre o defeito no produto ou serviço (ou, no caso, o vício de informação e a publicidade enganosa) e o dano causado ao consumidor, independentemente da demonstração de culpa ou dolo do fornecedor.

O cerne da controvérsia reside na adequação da conduta da BYD às normas de transparência e lealdade inerentes ao mercado de consumo, em especial diante de um evento de grande repercussão como a pré-venda de um produto de alto valor e grande expectativa.

Da Violação ao Dever de Informação e da Publicidade Enganosa por Omissão

O Código de Defesa do Consumidor estabelece o direito básico do consumidor à informação clara e adequada sobre os produtos e serviços (art. 6º, III), bem como veda a publicidade enganosa, definida como qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor sobre as características,

qualidades, quantidade, origem, preço e quaisquer outros dados sobre o produto ou serviço (art. 37, § 1º).

A prova dos autos demonstrou que a BYD optou por iniciar uma campanha massiva de pré-venda em 25/02/2024, exigindo o pagamento de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) a título de reserva, antes da divulgação do preço oficial, que ocorreu somente em 28/02/2024.

O ponto central para a resolução desta lide reside na conduta do gerente de concessionária BYD, --, que, conforme confirmado em seu depoimento testemunhal na audiência de instrução, admitiu ter retransmitido vídeos com preços especulados (R\$ 89.800,00 e R\$ 99.800,00) aos consumidores, utilizando-se de sua posição funcional e da estrutura da rede de concessionárias para conferir aparência de oficialidade a informações que sabidamente não haviam sido confirmadas pela montadora.

O Código de Defesa do Consumidor é expresso ao estabelecer que "o fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos" (art. 34). Essa norma consagra a responsabilidade objetiva do fornecedor por toda e qualquer informação veiculada no ambiente de consumo por intermédio de seus agentes, independentemente de autorização expressa ou de ter sido formalmente aprovada pelos canais oficiais da empresa.

A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça é firme no sentido de que o empregador responde civilmente pelos atos de seus prepostos praticados no exercício do trabalho ou em decorrência dele, sendo irrelevante a alegação de que o fornecedor não veiculou diretamente a informação enganosa.

EMENTA: AGRADO REGIMENTAL NO AGRADO DE INSTRUMENTO. RESPONSABILIDADE CIVIL. FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS MÉDICOHOSPITALARES. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO HOSPITAL PELOS DANOS CAUSADOS POR SEUS PREPOSTOS. DENÚNCIAÇÃO À LIDE DO MÉDICO. VEDAÇÃO. ART. 88 DO CDC. FATO DE TERCEIRO DESACOLHIDO. MÉDICO PREPOSTO. VINCULAÇÃO CONTRATUAL. DIREITO DE REGRESSO. AÇÃO AUTÔNOMA. DISSÍDIO NÃO COMPROVADO. AGRADO DE INSTRUMENTO DESPROVIDO. (AgRg no Ag n. 1.402.439/RS, relator Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, Terceira Turma, julgado em 27/3/2012, DJe de 10/4/2012.)

No caso em exame, -- não agiu como mero terceiro especulador. Na condição de gerente de concessionária da marca BYD, ele integrou a cadeia de fornecimento e atuou como preposto da montadora perante os consumidores, valendo-se da credibilidade inerente a essa posição para disseminar informações sobre preço que, conforme admitido, não correspondiam ao valor oficial. A retransmissão de vídeos contendo os preços especulados, feita por quem ocupava posição de autoridade comercial na rede de distribuição da BYD, conferiu aparência de legitimidade à informação falsa e induziu milhares de consumidores a erro.

O Código de Defesa do Consumidor responsabiliza objetivamente o fornecedor que veicula publicidade enganosa, bastando que a informação publicitária seja falsa ou omita dados essenciais, induzindo o consumidor a erro, para que se configure o ato ilícito, independentemente de demonstração de dolo ou culpa.

EMENTA: PROCESSUAL CIVIL E CONSUMIDOR. VIOLAÇÃO AO ART. 535 DO CPC. NÃO OCORRÊNCIA. DESNECESSIDADE DE RATIFICAÇÃO DOS EMBARGOS INFRINGENTES APÓS O JULGAMENTO DOS DECLARATÓRIOS, QUANDO NÃO HÁ MODIFICAÇÃO DO ACÓRDÃO RECORRIDO. ALCANCE DO VOTO VENCIDO. AUSÊNCIA DE IMPUGNAÇÃO ESPECÍFICA. NÃO OCORRÊNCIA. PUBLICIDADE ENGANOSA. PUBLICIDADE VEICULANDO ENTREGA DE BRINDES QUE JÁ SE ENCONTRAM ESGOTADOS. PRÁTICA ABUSIVA. 1. Trata-se, na origem, de Ação Anulatória em face do PROCON/MG e Ministério Público do Estado de Minas Gerais objetivando suspender a exigibilidade de multa aplicada no valor de R\$ 100.295,81. O órgão fiscalizador entende serem relevantes as reclamações dos consumidores que não obtiveram êxito na troca por brindes (chaveiros) que se esgotaram em alguns postos de troca. Para ele, configura-se a publicidade enganosa, porquanto a cláusula contratual que determina a vigência da promoção (13.2.2006 a 5.6.2006) ou a condição de "enquanto durarem os estoques" é abusiva, dado que o consumidor não possuía controle sobre o estoque da empresa, bem como que não é lícito deixar de informar ao consumidor a existência do souvenir no momento da aquisição do produto, porque toda oferta cria expectativa. [...] 5. **Por expressa disposição legal, só respeitam o princípio da transparência e da boa-fé objetiva, em sua plenitude, as informações que sejam "corretas, claras, precisas, ostensivas" e que indiquem, nessas mesmas condições, as "características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados" do produto ou serviço, objeto da relação jurídica de consumo (art. 31 do CDC).** 6. In casu, fica evidente que a empresa não agiu com transparência e boa-fé ao deixar de informar em tempo razoável ao consumidor que os brindes se esgotaram em alguns postos de troca, conforme podemos verificar de passagens do acórdão vergastado (fl. 711, e-STJ). 7. O Código de Defesa do Consumidor responsabiliza objetivamente o fornecedor do produto ou serviço que veicula publicidade enganosa, ou seja, basta que a informação publicitária seja falsa, inteira ou parcialmente, ou omita dados importantes, induzindo o consumidor ao erro para que se configure ato ilícito. 8. Note-se que o artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor não trata do animus laedendi daquele que fez veicular publicidade enganosa. Por expressa previsão legal, cabe a quem patrocina a informação ou comunicação publicitária a prova da veracidade e correção (ausência de abusividade) das informações veiculadas. 9. Assim, o artigo 38 do Código de Defesa do Consumidor reforça a ideia de que a publicidade enganosa é ato ilícito e ao mesmo tempo elemento contratual, não podendo o fornecedor do produto ou serviço se beneficiar de sua omissão. Nesse sentido: REsp 1.365.609/SP, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 28/4/2015, DJe 25/5/2015; REsp 1.317.338/MG, Rel. Ministro Mauro Campbell Marques, Segunda Turma, DJe 1/4/2013. 10. No que tange à pretensão da empresa de ver anulada a sanção aplicada pelo Procon ou reduzido o seu valor, esta Segunda Turma entende ser inviável analisar a tese defendida no Recurso Especial, porquanto demanda reexame de fatos e provas constantes dos autos, a fim de afastar as premissas fáticas estabelecidas pelo acórdão recorrido, o que esbarra no óbice disposto na Súmula 7/STJ. 11. Agravo Regimental não provido. (AgRg no REsp n. 1.528.428/MG, relator Ministro Herman Benjamin, Segunda Turma, julgado em 13/10/2015, DJe de 18/5/2016.)

A prova testemunhal confirmou que a adesão à pré-venda estava condicionada à expectativa do preço menor divulgada pelo preposto, e que a frustração dos consumidores foi geral ao se depararem com o preço oficial de R\$ 115.800,00, uma diferença significativa em um mercado sensível a custos.

Portanto, a conduta do gerente --, ao admitir ter retransmitido vídeos com preços especulados, configura falha informacional e publicidade enganosa por omissão, o que responsabiliza solidariamente a BYD, nos termos do art. 34 do CDC e da

jurisprudência consolidada. O fornecedor responde objetivamente pelos atos de seus prepostos no exercício de suas funções, não podendo se eximir da responsabilidade sob a alegação de que a informação não foi veiculada em seus canais oficiais.

Do Descumprimento da Oferta e da Prática Abusiva

A conduta do preposto da BYD não se limitou à mera especulação informal. Ao retransmitir vídeos contendo preços específicos (R\$ 89.800,00 e R\$ 99.800,00) na condição de gerente de concessionária, o agente da fornecedora gerou legítima expectativa nos consumidores e reforçou a falha informacional do mercado, atraindo a incidência do art. 30 e do art. 34 do CDC no tocante à responsabilidade pelo vício de informação, sem, contudo, perfazer oferta formalmente integrada à campanha da montadora.

A discrepância de aproximadamente 28,95% (ou superior a 28%) entre o preço divulgado pelo preposto (R\$ 89.800,00) e o preço final (R\$ 115.800,00) demonstra desrespeito à lealdade contratual e à expectativa legítima do consumidor, caracterizando prática abusiva vedada pelo art. 39, V, do CDC, que proíbe exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva.

A estratégia de mitigação adotada pela BYD, oferecendo um bônus de R\$ 10.000,00 e o carregador *wallbox* (avaliado em R\$ 7.000,00), embora possa ser interpretada como tentativa de compensação, reforça a tese da prática abusiva. A fornecedora, ao exigir que o consumidor aceitasse um preço final muito superior sob o risco de perder a prioridade na compra e enfrentar dificuldades no reembolso do sinal, incorreu em conduta que viola a boa-fé e a equidade (art. 39, X, do CDC).

A massiva frustração gerada pela quebra dessa expectativa, que afetou indistintamente milhares de consumidores em todo o território nacional, transcende a esfera individual e atinge o interesse coletivo, sendo irrelevante a circunstância de que a informação falsa tenha sido veiculada por preposto, e não diretamente pelos canais oficiais da montadora, uma vez que o fornecedor responde solidariamente pelos atos de seus agentes (art. 34 do CDC).

Ressalte-se que, quanto ao pedido para que a BYD honre o preço de R\$ 99.800,00 ou R\$ 89.800,00, conclui-se pela sua improcedência. Tais valores não foram efetivamente ofertados na campanha oficial da montadora; tratavam-se de informações colaterais que, embora caracterizem falha informacional geradora de dano moral coletivo, não vinculam a venda do produto por montantes nunca formalizados pela empresa, subsistindo para a Ré apenas o dever de manter as condições oficiais já veiculadas na pré-venda aos consumidores que a ela aderiram.

Do Dano Moral Coletivo

O dano moral coletivo é caracterizado pela lesão a valores essenciais da sociedade, notadamente quando há uma prática ilícita que, de forma uniforme e significativa, causa sofrimento ou ofensa grave à dignidade de um grupo de indivíduos, gerando repúdio no meio social e rompendo o equilíbrio das relações de consumo.

A conduta da BYD preenche os requisitos para a caracterização do dano moral coletivo:

Primeiramente, houve um ato ilícito evidente: a publicidade enganosa por omissão e a violação do dever de informação, resultando na obtenção de vantagem indevida (o engajamento de milhares de reservas e a retenção temporária de milhões de reais).

Em segundo lugar, a lesão é transindividual. Não se trata aqui de analisar o dano individual de cada consumidor que desistiu e foi reembolsado. O foco é a lesão à confiança e à lealdade que deve permear as relações de consumo em massa. A frustração de milhares de consumidores, induzidos por um silêncio eloquente da montadora sobre o preço de um produto altamente desejado, feriu a ordem jurídica e os valores éticos de toda a coletividade de consumidores, que têm direito à máxima transparência em relações comerciais.

Ainda que a BYD tenha comprovado a restituição dos valores de reserva aos desistentes (afastando o dano material), o ato de induzir o consumidor em erro, captando sua reserva sob falsa expectativa de preço e expondo-o à frustração coletiva e à necessidade de buscar o estorno de valores, é suficiente para configurar o dano moral coletivo. O art. 6º, VI, do CDC assegura a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

Portanto, a procedência do pedido de indenização por dano moral coletivo se impõe como medida de caráter sancionatório e pedagógico, visando desencorajar a reiteração de práticas que se aproveitam da vulnerabilidade e da assimetria informacional do consumidor.

Da Quantificação do Dano Moral Coletivo

A fixação do valor da indenização por dano moral coletivo deve observar os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, considerando a gravidade da conduta, a extensão do dano, a capacidade econômica do ofensor e o caráter pedagógico da medida.

Este Juízo entende que a conduta omissiva da montadora, embora tenha gerado frustração coletiva e violado a boa-fé objetiva, deve ser sopesada diante da rápida atuação da Requerida no reembolso aos consumidores desistentes, o que mitiga a extensão do dano. Assim, afasta-se o valor pretendido na inicial, bem como o montante sugerido pelo Ministério Público, por se revelarem excessivos diante das nuances do caso concreto e do princípio da vedação ao enriquecimento sem causa.

Revela-se adequado e proporcional fixar a indenização em R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais). Tal montante atende à finalidade punitiva e pedagógica da condenação, servindo de advertência à Requerida para que adote posturas mais diligentes e transparentes em suas estratégias de marketing, sem, contudo, desequilibrar a razoabilidade financeira da sanção frente aos esforços de mitigação já demonstrados pela empresa com as devoluções tempestivas dos valores de reserva.

O montante da indenização por dano moral coletivo deverá ser revertido ao Fundo Estadual de Proteção dos Direitos Difusos (FEPDD), conforme previsto na legislação aplicável e nos pedidos do Autor.

III. DISPOSITIVO

Ante o exposto, JULGO PARCIALMENTE PROCEDENTES OS PEDIDOS formulados pelo INSTITUTO DE PROMOÇÃO E DEFESA DO CIDADÃO E CONSUMIDOR DO ESTADO DO MARANHÃO – PROCON/MA em face de BYD DO BRASIL LTDA., com resolução de mérito, nos termos do art. 487, inciso I, do Código de Processo Civil, para:

Condenar a Requerida BYD DO BRASIL LTDA. à obrigação de fazer consistente em:

a) Cumprimento da Oferta e Condições da Pré-Venda: Garantir a todos os consumidores que efetuaram a reserva do veículo BYD Dolphin Mini no período compreendido entre 25/02/2024 e 28/02/2024 e que manifestem interesse na manutenção da compra o direito de adquirir o referido veículo nas exatas condições ofertadas pela Requerida durante a campanha de lançamento, quais sejam: preço final de R\$ 115.800,00 (cento e quinze mil e oitocentos reais), com a concessão do bônus anunciado e a disponibilização do wallbox.

b) Dever de Transparência Pós-Venda: Implementar, no prazo de 30 (trinta) dias acontar do trânsito em julgado desta sentença, um canal de comunicação exclusivo e facilitado, de forma digital e física (nas concessionárias), para que os consumidores que se sintam lesados pela publicidade enganosa possam dirimir dúvidas e solicitar eventual compensação ou o exercício do direito de arrependimento (reserva e sinal de R\$ 10.000,00), devendo o ressarcimento ser integral e efetuado no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, contados da solicitação formal.

Condenar a Requerida BYD DO BRASIL LTDA. ao pagamento de indenização por dano moral coletivo no valor de R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais), corrigido monetariamente a partir desta data (Súmula 362 do STJ) pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) e acrescido de juros de mora de 1% (um por cento) ao mês a partir da citação (art. 405 do Código Civil), devendo o valor ser revertido ao Fundo Estadual de Proteção dos Direitos Difusos (FEPDD), nos termos do art. 13 da Lei nº 7.347/1985.

Condeno a Requerida ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios sucumbenciais em favor dos patronos do Autor, os quais arbitro em 10% (dez por cento) sobre o valor da condenação, nos termos do art. 85, § 2º, do Código de Processo Civil.

Publique-se. Registre-se. Intimem-se, inclusive o Ministério Público. Após o trânsito em julgado, expeça-se o necessário para o cumprimento da sentença."

São Luís/MA, datado eletronicamente.

Dr. Douglas de Melo Martins

Juiz Titular da Vara de Interesses Difusos e Coletivos da Comarca da Ilha de São Luís

Assinado eletronicamente por: **DOUGLAS DE MELO MARTINS**



26091722081067000000156316441

IMPRIMIR

GERAR PDF