A falta de clareza nas regras do sorteio da Tele Sena Dia das Mães de 1999 garantiu a uma consumidora o direito de receber o prêmio de R$ 300 mil. Ela teria completado os 25 pontos necessários caso a 17ª dezena sorteada tivesse sido considerada no sorteio. A decisão é da Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ).

Com sorteios transmitidos pelo canal de televisão SBT, a Tele Sena é um título de capitalização sujeito ao Código de Defesa do Consumidor (artigo 3º, parágrafo 2º). Os compradores de carnês concorrem a prêmios em dinheiro. Nos carnês, as dezenas são divididas em dois subconjuntos, e os ganhadores são aqueles que completam as 25 dezenas em qualquer um deles.

Na edição especial de Dia das Mães de 1999 havia uma regra para reduzir o número de ganhadores que previa a desconsideração da 17ª dezena sorteada no segundo subconjunto. A informação, não explicitada em nenhuma publicidade do título, nem sequer justificada, somente era conhecida quando aberto o carnê, que era vendido lacrado.

Regra complexa

Uma compradora adquiriu seu carnê e, desconhecendo a complexa regra restritiva, ao acompanhar os sorteios acreditou ter completado as 25 dezenas suficientes para lhe conferir o prêmio de R$ 300 mil. A empresa Liderança Capitalização S/A, responsável pela Tele Sena, não pagou o prêmio, alegando que ela havia completado apenas 24 e não 25 dezenas, pois um dos números seria desconsiderado.

A consumidora ingressou com ação na Justiça requerendo o valor total do prêmio e indenização por danos morais. Afirmou ter sido vítima de propaganda enganosa. Segundo ela, na divulgação dos sorteios foi informado que seria necessário completar 25 pontos em qualquer uma das duas cartelas Tele Sena, sem, contudo, nenhum esclarecimento quanto à possível desconsideração de alguma dezena sorteada e a justificativa para tanto.

O juiz de primeira instância afastou a indenização por danos morais, condenando a empresa ao pagamento do prêmio de R$ 300 mil à consumidora, atualizado desde a data prevista para a sua entrega e acrescido de juros de mora de 6% ao ano a contar da citação. A sentença foi confirmada pelo Tribunal de Justiça de São Paulo.

Indução a erro

A Liderança Capitalização recorreu ao STJ. Afirmou que não houve propaganda enganosa nem uso de cláusula potestativa, tida como aquela que atende à vontade exclusiva de uma das partes do contrato.

Em seu voto, o relator do processo, ministro Villas Bôas Cueva, ressaltou que é enganosa qualquer mensagem falsa ou que possa induzir o consumidor a erro, isto é, que o impeça de distinguir “a natureza, as características, a quantidade, a qualidade, o preço, a origem e os dados do produto contratado”. Para o ministro, no caso analisado é possível perceber que a omissão da informação quanto às “regras do jogo” pela empresa recorrente poderia gerar confusão a qualquer consumidor médio, facilmente induzido a erro.

“Ressoa ainda notório que muito mais lesiva é a propaganda enganosa para grande parte da população brasileira, menos favorecida economicamente, cujas esperanças de melhoria de vida são amplamente incentivadas pela oferta de soluções milagrosas, tais como sorteios com altas recompensas financeiras, o que não é vedado pelo ordenamento jurídico, desde que as regras quanto à premiação sejam claras, transparentes e perceptíveis aos leigos em geral”, afirmou.

Lembrou ainda que a hipossuficiência técnica, econômica, jurídica e informacional inerente ao consumidor impõe que os contratos sejam redigidos em termos claros, com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão, com intuito de evitar o uso de linguagem exageradamente técnica, que foge ao conhecimento do homem comum.

Concluiu que “o CDC, norma principiológica por natureza, proíbe e limita os contratos impressos com letras minúsculas que dificultem, desincentivem ou impeçam a leitura e a compreensão de suas cláusulas pelo consumidor”.

Cláusula abusiva

O relator destacou que “o pressuposto da clareza é absoluto”. Além disso, o dispositivo que prevê a possibilidade de desconsideração do 17º número sorteado, sujeitando a consumidora ao arbítrio da empresa recorrente, independentemente de ser inquinada de pura ou simplesmente potestativa, é, antes de tudo, uma cláusula abusiva.

Considerou que “a informação perfaz direito básico do consumidor, assegurado pelo artigo 6º, inciso IV, do CDC, mostrando-se enganosa, nos termos do artigo 37, parágrafo 1º, do CDC, toda propaganda que preste informação de maneira precária, incompreensível, obscura ou confusa, conduzindo o consumidor a praticar um ato que, em circunstâncias normais, não praticaria”.

A empresa, ao não informar sobre a desconsideração da 17ª dezena sorteada no segundo subconjunto do sorteio, obrigou o consumidor a cumprir cláusulas contratuais criadas unilateralmente, não permitindo que ele conhecesse e compreendesse o sentido ou o alcance da regra imposta e sujeitando-o ao seu arbítrio, motivo pelo qual tal cláusula foi reputada puramente potestativa pelo tribunal de origem.

O ministro reconheceu que foi gerada uma legítima expectativa de premiação, pois a consumidora não tinha nenhum esclarecimento sobre os detalhes do complexo funcionamento do sorteio.

Como afirma em seu voto, a solução foi imposta à consumidora, que não teve a chance de conhecer o contrato. Houve, portanto, “um desvalor em relação à conduta da parte contrária na relação jurídica”, o que é proibido no ordenamento jurídico.

Com esse entendimento, a Terceira Tuma decidiu, por unanimidade, que a consumidora faz jus ao prêmio de R$ 300 mil prometido pela empresa de capitalização, pois se não houvesse sido desconsiderada a 17ª dezena sorteada do subconjunto 2 – no caso, o número 14 –, ela teria completado os 25 pontos e logrado êxito no sorteio. (REsp 1.344.967)

Fonte: STJ, em 18.09.2014.