



Supermercado deve indenizar consumidora que perdeu chance de ser sorteada

Uma rede de supermercados terá que pagar o equivalente a 1/30 de casa que foi sorteada para os clientes, por ter frustrado a chance de uma consumidora ser a vencedora. Para a 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, a loja deixou de informar à autora da ação que ela poderia participar do sorteio e, com isso, descumpriu o contrato gratuito estabelecido e causou dano material. Como ela tinha uma chance em 30 de ganhar a casa, será indenizada pelo valor equivalente.

As regras da promoção estabeleciam dois sorteios. O primeiro elegeria 900 ganhadores de um vale-compras. Desses, 30 ganhariam também uma casa, avaliada em R\$ 40 mil à época. Para isso, receberiam novo número de participação em segundo sorteio.

A autora da ação, porém, não foi comunicada desse procedimento e não pôde participar da segunda etapa. Ao buscar o vale-compras, foi informada do direito, mas o sorteio das casas já tinha ocorrido. Daí a ação de indenização.

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal afastou a ocorrência de propaganda enganosa, já que o regulamento do sorteio estava disponível à consumidora, conforme menção expressa no bilhete. Ainda para o tribunal, se ela não participou do segundo sorteio, foi porque teria deixado de se inteirar das regras da promoção.

O TJ-DF também afirmou que o contrato gratuito teria que ser interpretado de forma restrita: a autora deixara de ligar para o número indicado e a omissão da promotora, apesar de impedir a participação da cliente, não poderia servir à anulação do sorteio. O dano também não existiria, diante da mera expectativa de ser uma das 30 contempladas entre 900 pessoas.

Para a ministra Isabel Gallotti, porém, o TJ-DF afirmou que o estabelecimento se comprometeu a contatar os vencedores da primeira etapa para recebimento dos títulos de capitalização e participação na segunda fase. Conforme a autora, ela não recebeu essa comunicação, fato que não foi contestado pelos réus.

Segundo a relatora, apesar de não ter havido propaganda enganosa, o que afasta a indenização por danos morais, ocorreu dano material indenizável pela perda da chance. “Embora os bilhetes não fossem vendidos, mas dados a quem comprasse acima de determinado valor, sem dúvida, destinavam-se a aumentar o volume de vendas do supermercado, atraindo consumidores. Ademais, o fornecedor é obrigado a cumprir o contrato em todos os seus termos, mesmo que gratuito”, asseverou a ministra.

“O panorama de fato descrito no acórdão recorrido conduz à conclusão de que houve dano material, caracterizado pela perda da chance de concorrer, entre 900 participantes, a um dos 30 prêmios em disputa”, concluiu a relatora. “A reparação deste dano material corresponde ao pagamento do valor de 1/30 do prêmio, ou seja 1/30 de R\$ 40.000,00, corrigidos desde a época do segundo sorteio”, completou.

Date Created

30/04/2012