

RECURSO ESPECIAL Nº 1.740.997 - CE (2018/0112656-5)

RELATOR : **MINISTRO PAULO DE TARSO SANSEVERINO**
RECORRENTE : **LIDERANCA CAPITALIZACAO SOCIEDADE ANONIMA**
ADVOGADO : **ANA CRISTINA DO CARMO REZENDE E OUTRO(S) - SP275424**
RECORRIDO : **JOSE CARLOS MENDES ARAGÃO**
ADVOGADOS : **IVANA MERCIA ARAGAO MENDES E OUTRO(S) - CE021749**
HELTON HENRIQUE ALVES MESQUITA - CE021260

EMENTA

RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. TELESENA. PRÊMIO INSTANTÂNEO. "SALÁRIO EXTRA". RASPADINHA. VINCULAÇÃO DA OFERTA. INTERPRETAÇÃO MAIS FAVORÁVEL AO CONSUMIDOR. PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA.

1. Controvérsia em torno do direito do demandante ao recebimento de prêmio constante do título de capitalização denominado Telesena, edição Primavera, na modalidade "raspadinha", premiando com "salário extra", correspondente a uma prestação mensal de R\$ 5.000,00 pelo período de um ano.

2. A oxigenação do sistema de Direito Privado promovida pelo Código de Defesa do Consumidor, em todos os momentos de uma relação de consumo, operou-se, notadamente, no tocante à exigência de informações claras no período pré-negocial, tendo em vista o modelo de transparência por ele estatuído.

3. Diante da indevida contradição entre as informações constantes em destaque no título de capitalização, no sentido de que três valores iguais seriam suficientes para o pagamento do prêmio instantâneo, e aquelas constantes nas cláusulas gerais, de que seriam necessários, além dos três valores iguais, a frase "ligue 0800...", deve prevalecer, sempre, a interpretação mais favorável ao consumidor, na forma do art. 47 do CDC.

4. Vinculação da oferta constante do título de capitalização no sentido de que o seu adquirente ganhará o prêmio instantâneo ao encontrar por três vezes repetidas a frase "R\$ 5.000,00 POR MÊS DURANTE 1 ANO". Aplicação do disposto nos artigos 30 e 46 do CDC.

5. Ausência de razoabilidade da tentativa de recusar o

pagamento do prêmio por estar ausente, a locução "ligue 0800...", prevista sem destaque em cláusulas gerais.

6. Correta a recusa da denunciação à lide, tendo o acórdão recorrido apenas espelhado corretamente a orientação jurisprudencial há muito sedimentada por esta Corte Superior no sentido de não tornar mais complexa a demanda para o consumidor mediante a intervenção de terceiros na relação processual, com fundamentos controvertidos distintos, como a discussão acerca de eventual culpa de terceiro.

7. RECURSO ESPECIAL DESPROVIDO.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os autos em que são partes as acima indicadas, acordam os Ministros da TERCEIRA TURMA do Superior Tribunal de Justiça, por unanimidade, negar provimento ao recurso especial, nos termos do voto do Sr. Ministro Relator. Os Srs. Ministros Ricardo Villas Bôas Cueva, Marco Aurélio Bellizze, Moura Ribeiro (Presidente) e Nancy Andrichi votaram com o Sr. Ministro Relator.

Brasília, 09 de junho de 2020(data do julgamento)

MINISTRO PAULO DE TARSO SANSEVERINO
Relator

RECURSO ESPECIAL Nº 1.740.997 - CE (2018/0112656-5)

RELATOR : **MINISTRO PAULO DE TARSO SANSEVERINO**
RECORRENTE : **LIDERANCA CAPITALIZACAO SOCIEDADE ANONIMA**
ADVOGADO : **ANA CRISTINA DO CARMO REZENDE E OUTRO(S) - SP275424**
RECORRIDO : **JOSE CARLOS MENDES ARAGÃO**
ADVOGADO : **IVANA MERCIA ARAGAO MENDES E OUTRO(S) - CE021749**

RELATÓRIO

O EXMO. SR. MINISTRO PAULO DE TARSO SANSEVERINO

(Relator):

Trata-se de recurso especial interposto por LIDERANÇA CAPITALIZAÇÃO SOCIEDADE ANÔNIMA, com fundamento nas alíneas "a" e "c" do inciso III do art. 105 da CF, contra o acórdão do Egrégio Tribunal de Justiça do Estado do Ceará, cuja ementa tem a seguinte redação:

DIREITO CIVIL. APELAÇÃO CÍVEL. TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO. TELE-SENA. RASPADINHA. PREMIAÇÃO INSTANTÂNEA. SALÁRIO EXTRA POR UM ANO. CONSUMIDOR QUE ENCONTROU TRÊS VALORES IGUAIS NA CARTELA. NEGATIVA DE PAGAMENTO. EXIGÊNCIA DE QUE OS VALORES ESTIVESSEM ACOMPANHADOS DA EXPRESSÃO "LIGUE 0800", CONFORME CONSTA NAS CONDIÇÕES GERAIS DO CONTRATO. ILEGALIDADE. VIOLAÇÃO AO DISPOSTO NOS ARTIGOS 30 E 31 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. OFERTA PUBLICITÁRIA VINCULATIVA. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO.

1. A presente controvérsia teve origem no fato de que o autor ao adquirir título de capitalização do qual se extrai os seguintes dizeres: "Achando três valores iguais você ganha o prêmio correspondente", deparou-se com três frases idênticas: "R\$ 5.000,00 por mês durante um ano".

2. Ocorre que, ao tentar retirar seu prêmio, a ré negou-se a efetuar o pagamento alegando que não haveria três valores iguais na cartela, bem como que a frase correta que ensejaria a premiação deveria vir seguida da expressão "ligue 0800..."

3. Conforme art. 30 do CDC: "Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se

Superior Tribunal de Justiça

utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.”

4. Desse modo, a sentença a quo deve ser mantida em todos os seus termos, uma vez que a oferta de premiação instantânea, de salário extra por um ano, vinculada a aquisição de cartela contendo três valores iguais obriga a apelante ao pagamento do prêmio prometido, independente de estarem os valores acompanhados do complemento “Ligue 0800...”

5. Recurso apelatório conhecido e improvido.

Opostos embargos de declaração, foram acolhidos, sem efeitos modificativos.

Em suas razões recursais, sustentou, além do dissídio jurisprudencial, a afronta aos arts. 70 do CPC/73, 6º, III, 54, § 4º e 49 do Código de Defesa do Consumidor. bReferiu que o título objeto da lide não foi impresso originalmente com os três valores iguais para que o prêmio fosse pago, tendo o acórdão entendido de forma diversa da realidade. Como não houve adulteração do título, a única justificativa seria falha de impressão, razão porque a denúncia da lide da gráfica é obrigatória. Disse, por outro lado, do dissídio em relação a acórdãos do Egrégio Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro e do Egrégio Tribunal de Justiça do Estado do Mato Grosso do Sul, pois o acórdão objurgado, ao contrário dos paradigmas, mesmo reconhecendo que há norma expressa nas condições gerais do título de capitalização adquirido pelo recorrido no sentido de que é necessária para a contemplação a presença de três valores idênticos ea frase "Ligue 0800", outorgou ao ex adverso o direito ao recebimento do prêmio por que não estaria previsto no título de capitalização Telesena, mas apenas nas condições gerais. Ressaltou que a cláusula em questão encontra-se destacada nas condições gerais, não havendo ilegalidade na negativa de pagamento do prêmio postulado. Pediu o provimento do recurso.

Não houve contrarrazões.

O recurso foi admitido na origem.

Superior Tribunal de Justiça

É o relatório.



RECURSO ESPECIAL Nº 1.740.997 - CE (2018/0112656-5)

RELATOR : **MINISTRO PAULO DE TARSO SANSEVERINO**
RECORRENTE : **LIDERANCA CAPITALIZACAO SOCIEDADE ANONIMA**
ADVOGADO : **ANA CRISTINA DO CARMO REZENDE E OUTRO(S) - SP275424**
RECORRIDO : **JOSE CARLOS MENDES ARAGÃO**
ADVOGADO : **IVANA MERCIA ARAGAO MENDES E OUTRO(S) - CE021749**

EMENTA

RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. TELESENA. PRÊMIO INSTANTÂNEO. "SALÁRIO EXTRA". RASPADINHA. VINCULAÇÃO DA OFERTA. INTERPRETAÇÃO MAIS FAVORÁVEL AO CONSUMIDOR. PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA.

1. Controvérsia em torno do direito do demandante ao recebimento de prêmio constante do título de capitalização denominado Telesena, edição Primavera, na modalidade "raspadinha", premiando com "salário extra", correspondente a uma prestação mensal de R\$ 5.000,00 pelo período de um ano.

2. A oxigenação do sistema de Direito Privado promovida pelo Código de Defesa do Consumidor, em todos os momentos de uma relação de consumo, operou-se, notadamente, no tocante à exigência de informações claras no período pré-negocial, tendo em vista o modelo de transparência por ele estatuído.

3. Diante da indevida contradição entre as informações constantes em destaque no título de capitalização, no sentido de que três valores iguais seriam suficientes para o pagamento do prêmio instantâneo, e aquelas constantes nas cláusulas gerais, de que seriam necessários, além dos três valores iguais, a frase "ligue 0800...", deve prevalecer, sempre, a interpretação mais favorável ao consumidor, na forma do art. 47 do CDC.

4. Vinculação da oferta constante do título de capitalização no sentido de que o seu adquirente ganhará o prêmio instantâneo ao encontrar por três vezes repetidas a frase "R\$ 5.000,00 POR MÊS DURANTE 1 ANO". Aplicação do disposto nos artigos 30 e 46 do CDC.

5. Ausência de razoabilidade da tentativa de recusar o pagamento do prêmio por estar ausente, a locução "ligue 0800...", prevista sem destaque em cláusulas gerais.

6. Correta a recusa da denunciação à lide, tendo o acórdão recorrido apenas espelhado corretamente a orientação jurisprudencial há muito sedimentada por esta Corte Superior no sentido de não tornar mais complexa a demanda para o consumidor mediante a intervenção de terceiros na relação processual, com fundamentos controvertidos distintos, como a discussão acerca de eventual culpa de terceiro.

7. RECURSO ESPECIAL DESPROVIDO.



VOTO

O EXMO. SR. MINISTRO PAULO DE TARSO SANSEVERINO

(Relator):

Eminentes Colegas. O presente recurso especial devolve a este Tribunal Superior questões processuais e materiais surgidas no curso de ação monitória em que constituído título executivo judicial consistente no reconhecimento do direito ao pagamento de prêmio constante do título de capitalização Telesena, edição Primavera, denominado "salário extra", que corresponderia a uma prestação mensal de R\$ 5.000,00 período de um ano, na modalidade "raspadinha".

A questão processual diz com o direito à denunciação à lide da empresa que procedera à impressão do título de capitalização, enquanto a questão material, diretamente ligada à necessidade de clara e precisa informação acerca das cláusulas contratuais, diz com o direito ao pagamento da premiação.

O juízo sentenciante **afastou a denunciação à lide** partindo da premissa de que a ação fora ajuizada com base em relação consumerista e, ainda, que a denunciação tornaria mais complexa a controvérsia, dificultando, assim, o reconhecimento do direito postulado.

Por outro lado, **rejeitou a alegação** da ré de que o requisito da tríplice repetição não estaria atendido, pois não haveria menção por três vezes ao prêmio de R\$ 5.000,00, senão duas vezes apenas, e, por fim, considerou ausente a adequada informação no título de capitalização da necessidade de constar, junto à frase por três vezes idêntica: "*R\$ 5.000,00 POR MÊS DURANTE 1 ANO*", a frase "ligue 0800...", pois prevista apenas nas condições gerais.

O juízo manifestou, ademais, que o título de capitalização adquirido seria

claro ao prever como requisito necessário e suficiente para o recebimento do prêmio ser encontrada a frase "*R\$ 5.000,00 POR MÊS DURANTE 1 ANO*" por três vezes repetidas, o que teria efetivamente ocorrido.

O acórdão recorrido reafirmou o mesmo substrato fático, alcançando a mesma conclusão jurídica, para reconhecer o atendimento da premissa necessária e suficiente para o pagamento do prêmio, consubstanciada na raspagem das películas a encobrir a premiação, encontrando-se a frase "*R\$ 5.000,00 POR MÊS DURANTE 1 ANO*" por três vezes.

A conclusão não pode ser revista por esta Corte Superior, pois limitada ao contexto fático-probatório presente nos autos, cuja análise pertine, de modo hegemônico, à instância de origem.

A recorrente aduz não se poder falar em defeito de informação por ter feito constar, em negrito e sublinhado, nas cláusulas gerais, previsão de que, a frase "*R\$ 5.000,00 POR MÊS DURANTE 1 ANO*" deveria ser seguida por "*ligue 0800...*", sob pena de não se perfazer o requisito para pagamento.

Primeiramente, faz-se evidente a necessidade de revisão das provas aos autos coligidas, notadamente a disposição do texto, o tamanho da fonte e se efetivamente o estilo era negrito e, ainda, sublinhado, segundo sustenta a parte recorrente, o que seria vedado em sede de recurso especial.

De outro lado, afronta a legislação consumerista e os princípios trazidos à lume pelo Código de Defesa do Consumidor apor em um título de capitalização, de modo destacado, a instrução de que encontrada, por três vezes repetidas, a notícia do recebimento de determinado prêmio estampada no título, será o adquirente premiado e, apenas após, quando da solicitação do prêmio, informar ao consumidor que a informação correta seria aquela constante nas condições gerais e que, apesar de o título informar que o adquirente ganhara um prêmio de R\$ 60.000,00 (R\$ 5.000,00 por 12 meses),

na verdade ele nada ganhara, pois no título deveria constar, também, a frase "ligue 0800".

Até a entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, o comum, não se olvide, quando a pessoa pretendia celebrar um contrato, expondo-se à oferta existente no mercado, era procurar, ele próprio, a informação necessária, suficiente e segura acerca do bem ou serviço que se desejava adquirir ou contratar.

A revolução trazida pelo Código de Defesa do Consumidor em todos os momentos de uma relação negocial em que presentes as figuras centrais da relação consumerista operou-se, notadamente, no tocante à exigência de informação clara no período pré-contratual acerca do negócio a ser celebrado, tendo em vista um modelo de transparência por ele exigido nas relações de consumo.

Essa é a expressão do art. 6º, inciso III, do CDC, para o qual é direito básico do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

Esse princípio basilar do Código de Defesa do Consumidor, consectário lógico dos princípios da boa-fé objetiva e da confiança, norteadores das relações de consumo, é complementado pelas regras dos artigos 30 e 46 do CDC, estatuidos, respectivamente, a vinculação da oferta e a exigência de clareza nas cláusulas dos contratos de consumo, nos seguintes termos:

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não

Superior Tribunal de Justiça

obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Desde 1990, desonerou-se o consumidor de adotar uma posição ativa de diligenciar pela mais completa informação acerca do produto ou serviço por ele contratado, imputando-se ao fornecedor o dever de passar ao consumidor a informação necessária, suficiente e segura acerca do acordo a ser celebrado.

Acerca desta inversão de papéis, tendo como pano de fundo o Princípio da Transparência, ensina a Professora Cláudia Lima Marques (*in Contratos no Código de Defesa do Consumidor - O Novo Regime das Relações Contratuais*, Ed. RT, 2019, Parte Segunda, Cap. 3, item 1):

De um lado, o ideal de transparência no mercado acaba por inverter os papéis tradicionais: aquele que se encontrava na posição ativa e menos confortável (caveat emptor), aquele que necessitava atuar, informar-se, perguntar, conseguir conhecimentos técnicos ou informações suficientes para realizar um bom negócio, o consumidor, passou para a confortável posição de detentor de um direito subjetivo de informação (art. 6.º, III), enquanto aquele que se encontrava na segura posição passiva, o fornecedor, passou a ser sujeito de um novo dever de informação (caveat venditor), dever de conduta ativa (informar), o que significa, na prática, uma inversão de papéis (arts. 46, 51, IV, e 54)²⁶ e um início de inversão ex vi lege de ônus da prova.⁴⁷

Se esta inversão de papéis ocasionada pelo ideal de transparência e lealdade no mercado imposto pelo CDC pode ser considerada renovadora, o sentido e o fim (Sinn und Zweck) do mandamento, como denominam os alemães a ratio legis, podem ser reduzidos à tradicional procura da "verdadeira e livre vontade do consumidor". Visto deste ângulo, o ideal de transparência seria apenas uma nova (e sem dúvida importante) pré-condição para que o consumidor possa manifestar sem medo e livremente sua vontade e realizar (ao fim) as suas expectativas legítimas, aquelas que o levaram - informado devidamente sobre o produto ou serviço, ciente de seus futuros direitos e deveres contratuais - a escolher aquele fornecedor como seu parceiro contratual.²⁸

Superior Tribunal de Justiça

Como nem todos os contatos entre o fornecedor e o consumidor levam ao estabelecimento de relações contratuais, a transparência deve ser uma nova e necessária característica de toda manifestação pré-contratual do fornecedor no mercado, desde a sua publicidade, vitrines, o seu marketing em geral, suas práticas comerciais, aos contratos ou às condições gerais contratuais que pré-redige, às informações que seus prepostos e representantes prestam etc., o que bem demonstra a abrangência do novo mandamento.

O princípio da transparência rege o momento pré-contratual, rege a eventual conclusão do contrato. É mais do que um simples elemento formal,²⁹ afeta a essência do negócio, pois a informação repassada ou requerida integra o conteúdo do contrato (arts. 30, 33, 35, 46 e 54)³⁰ ou, se falha, representa a falha na qualidade do produto ou serviço oferecido (arts. 18, 20 e 35).³¹ Tal princípio concretiza a ideia de reequilíbrio de forças nas relações de consumo, em especial na conclusão de contratos de consumo, imposto pelo CDC como forma de alcançar a almejada justiça contratual.

Ante a indevida colidência de informações constantes em destaque no título, no sentido de que três valores iguais seriam suficientes para o pagamento do prêmio, e aquelas constantes nas cláusulas gerais, de que seriam necessários, além dos três valores iguais, a frase "ligue 0800..." há de prevalecer, sempre, a interpretação mais favorável ao consumidor, na forma do art. 47 do CDC:

Art. 47. *As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.*

Este é também escólio da Professora Cláudia Lima Marques, ponderando acerca da hermenêutica favorável ao consumidor (*op. cit.* Cap. 4, Subitem 1.1, Item "b") o seguinte:

Em caso de conflito entre alguma cláusula contratual e a publicidade veiculada ou alguma outra informação prestada (e provada), a interpretação do conteúdo contratual efetivo deve ser sempre a mais favorável ao consumidor⁴⁴ e levar em conta a imperatividade e indisponibilidade das normas do CDC, cuja ratio é justamente assegurar uma melhor posição contratual ao consumidor que não redige (ou influencia) o contrato escrito.⁴⁵

É ilícita a prática comercial que induz em erro o consumidor, que o ludibria.

Mostra-se contrária à principiologia do CDC e à proteção ao consumidor que o ordenamento impõe a indicação do recebimento de um prêmio mediante o cumprimento de determinados requisitos, para, depois, com base em cláusulas gerais a que não se deu o mesmo destaque da primeira informação, deixar de pagar o prêmio por alegada ausência de cumprimento de requisito diverso.

Deve ser ressaltado, ainda, o que alegadamente deveria ter constado na impressão, segundo a recorrente, além da promessa de pagamento, que, por si mesma, já geraria a legítima expectativa do recebimento do prêmio, seria a indicação de que, para o seu pagamento, dever-se-ia ligar para determinado número telefônico!

A referida mensagem, ao que os autos permitem crer, não constara no título por falha na prestação do serviço (quiçá por falha de impressão).

Mas desimporta a origem desta falha, pois certamente não faz afastada a expectativa gerada na parte reconhecidamente vulnerável da relação.

Não é lógico e, entendo ser até mesmo indignificante, fazer constar em um título que o seu adquirente ganhara o prêmio instantâneo, para, depois, deixar de pagá-lo por que deveria nele estar escrito além de "*R\$ 5.000,00 POR MÊS DURANTE 1 ANO*" por 3 vezes "*ligue 0800...*".

Tomando-se como verídica a premissa de que efetivamente aquele que idealizou o concurso de premiação quis que para o deferimento do prêmio constasse no título: "você ganhou + ligue 0800...", desconsiderada a provável hipótese de uma falha quando da impressão do título, é abusiva a conduta, pois cria uma verdadeira "pegadinha" para o consumidor. Não é tolerável que se oficialize a chicana aquele que tem a sua proteção reconhecida na Constituição

Superior Tribunal de Justiça

Federal. Não é tolerável, utilizando expressão popular, que se "dê com uma mão" um prêmio de R\$ 60.000,00 e "se tire com a outra".

Ilude-se o consumidor, imprimindo-se o texto por três vezes informação de que ele ganhou R\$ 5.000,00 POR MÊS DURANTE 1 ANO, para, após, reconhecer que nada a ele se deve, por pretensa ausência da tríplice mensagem de que ele deveria ligar para determinado número de telefone para receber o prêmio.

O acórdão recorrido, assim, não merece reforma, pois dá a devida interpretação à legislação disciplinante em face dos fatos da causa, na espécie insindicáveis.

Por fim, acerca da denúncia da empresa que levava a efeito a impressão dos títulos e alegada violação ao art. 70, III, do CPC/73, o recurso especial não merece provimento.

O acórdão recorrido não fez mais do que espelhar a orientação há muito sedimentada por esta Corte Superior de não tornar ainda mais complexa a demanda mediante a assunção da figura da denúncia da lide, imiscuindo-se na relação processual, através da intervenção de terceiros, discussão acerca de fundamentos diversos, como a culpa de terceiro.

Nesse sentido:

RESPONSABILIDADE CIVIL. Construção. Defeito. Inundação. Tutela antecipada. Denúncia da lide. Prescrição.

- Deferimento de tutela antecipada em ação promovida pelo adquirente de apartamento contra a construtora, por periódicas inundações do seu apartamento. Necessidade de receber o necessário para pagamento de aluguel de outro imóvel enquanto são realizadas as obras necessárias.

- Indeferimento da denúncia da lide ao fornecedor do aparelho, que seria defeituoso, e ao Condomínio, uma vez que introduziria fundamentos novos na relação processual, com a inevitável procrastinação do feito, em prejuízo do lesado.

- É prescricional, não decadencial, o prazo para o proprietário acionar o construtor para a reparação do defeito e a indenização dos danos. Recurso não conhecido. (REsp 411.535/SP, Rel. Ministro RUY

ROSADO DE AGUIAR, QUARTA TURMA, julgado em 20/08/2002, DJ 30/09/2002, p. 267)

PROCESSUAL CIVIL. DENUNCIÇÃO DA LIDE. CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS. EVENTUAL DIREITO DE REGRESSO. INTRODUÇÃO DE FUNDAMENTO NOVO. INADMISSIBILIDADE. OFENSA AOS PRINCÍPIOS DA ECONOMIA E CELERIDADE PROCESSUAIS.

I - Consoante a jurisprudência desta Corte, "a denúncia da lide somente deve ser admitida quando o denunciado esteja obrigado, por força de lei ou do contrato, a garantir o resultado da demanda, não se admitindo a introdução de fundamento novo, a exigir ampla dilação probatória, não constante da demanda originária".

II - Tratando-se de mero direito de regresso, cuja existência depende da discussão da natureza da relação contratual estabelecida entre as partes denunciante e denunciada, estranha ao pleito principal, deve ser negada a denúncia da lide, sob pena de contrariar o princípio da celeridade processual que essa modalidade de intervenção de terceiro objetiva resguardar.

Recurso não conhecido. (REsp 464.014/SP, Rel. Ministro CASTRO FILHO, TERCEIRA TURMA, julgado em 23/08/2007, DJ 10/09/2007, p. 224)

RESPONSABILIDADE CIVIL. TRANSPORTE POR AUTO TÁXI. DENUNCIÇÃO DA LIDE PROMOVIDA PELA PROPRIETÁRIA DO VEÍCULO AOS EX-SÓCIOS DA EMPRESA, COM BASE EM DISPOSIÇÃO CONSTANTE DO CONTRATO DE ALTERAÇÃO SOCIAL. DENUNCIÇÃO CONSIDERADA INADMISSÍVEL.

- A denúncia da lide só deve ser admitida quando o denunciado esteja obrigado, por força de lei ou do contrato, a garantir o resultado da demanda, caso o denunciante resulte vencido, vedada a intromissão de fundamento novo, não constante da ação principal.

Recurso especial conhecido e provido. (REsp 157.557/SP, Rel. Ministro BARROS MONTEIRO, QUARTA TURMA, julgado em 16/05/2000, DJ 18/09/2000, p. 133)

CIVIL E PROCESSUAL CIVIL. BANCO. CONTRATO DE ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA NO QUAL O CONSUMIDOR É OBRIGADO A ADERIR A SEGURO DE VIDA. DENUNCIÇÃO DA LIDE À SEGURADORA. IMPOSSIBILIDADE.

1. A falta de prequestionamento em relação ao art. 1.092 do CC impede o conhecimento do recurso especial. Incidência da súmula 211/STJ.

2. O recorrente não indica de que forma o art. 1.092 do CC foi

malferido, motivo pelo qual deficiente a fundamentação. Incidência da súmula 284/STF.

3. Inexistindo vínculo entre as partes, incabível pretensão regressiva do denunciante (Banco) em face da denunciada (Seguradora), pois apenas os autores poderiam ajuizar ação contra a Seguradora para exigir o pagamento da indenização securitária.

4. Não se admite a denunciação da lide, com fundamento no art. 70, III, do CPC, se o denunciante objetiva eximir-se da responsabilidade pelo evento danoso, atribuindo-o com exclusividade a terceiro.

5. Recurso especial não conhecido. (REsp 1141006/SP, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, julgado em 06/10/2009, DJe 19/10/2009)

Ante o exposto, voto no sentido de negar provimento ao recurso especial.

Deixo de fixar os honorários recursais, pois o acórdão recorrido fora publicado ainda sob a vigência do CPC de 1973 (fl. 212 e-STJ).

É o voto.

**CERTIDÃO DE JULGAMENTO
TERCEIRA TURMA**

Número Registro: 2018/0112656-5 **PROCESSO ELETRÔNICO REsp 1.740.997 / CE**

Números Origem: 00016761320098060167 16761320098060167 167613200980601670 2009.0008.1968-3
2009000819683

PAUTA: 09/06/2020

JULGADO: 09/06/2020

Relator

Exmo. Sr. Ministro **PAULO DE TARSO SANSEVERINO**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro MOURA RIBEIRO

Subprocurador-Geral da República

Exmo. Sr. Dr. ONOFRE DE FARIA MARTINS

Secretário

Bel. WALFLAN TAVARES DE ARAUJO

AUTUAÇÃO

RECORRENTE : LIDERANCA CAPITALIZACAO SOCIEDADE ANONIMA
ADVOGADO : ANA CRISTINA DO CARMO REZENDE E OUTRO(S) - SP275424
RECORRIDO : JOSE CARLOS MENDES ARAGÃO
ADVOGADOS : IVANA MERCIA ARAGAO MENDES E OUTRO(S) - CE021749
HELTON HENRIQUE ALVES MESQUITA - CE021260

ASSUNTO: DIREITO DO CONSUMIDOR - Jogos / Sorteios / Promoções comerciais

CERTIDÃO

Certifico que a egrégia TERCEIRA TURMA, ao apreciar o processo em epígrafe na sessão realizada nesta data, proferiu a seguinte decisão:

A Terceira Turma, por unanimidade, negou provimento ao recurso especial, nos termos do voto do Sr. Ministro Relator.

Os Srs. Ministros Ricardo Villas Bôas Cueva, Marco Aurélio Bellizze, Moura Ribeiro (Presidente) e Nancy Andrighi votaram com o Sr. Ministro Relator.