



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE DIREITO**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**DANIEL ROCHA FERREIRA**

**ANÁLISE DA CORRESPONSABILIDADE DAS EMISSORAS DE TELEVISÃO COM  
OS PROGRAMAS CASSINOS**

**FORTALEZA**

**2018**

DANIEL ROCHA FERREIRA

ANÁLISE DA CORRESPONSABILIDADE DAS EMISSORAS DE TELEVISÃO COM OS  
PROGRAMAS CASSINOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Direito da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Direito. Área de Concentração: Direito do Consumidor.

Orientador: Regnoberto Marques de Melo Júnior

FORTALEZA

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- F44a Ferreira, Daniel Rocha.  
Análise da corresponsabilidade das emissoras de televisão com os programas cassinos / Daniel Rocha  
Ferreira. – 2018.  
41 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Direito,  
Curso de Direito, Fortaleza, 2018.  
Orientação: Prof. Dr. Regnoberto Marques de Melo Júnior.
1. Programa cassino.. 2. Concurso cultural.. 3. Corresponsabilidade das emissoras de televisão.. I. Título.  
CDD 340
-

DANIEL ROCHA FERREIRA

ANÁLISE DA CORRESPONSABILIDADE DAS EMISSORAS DE TELEVISÃO COM OS  
PROGRAMAS CASSINOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Direito da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Direito. Área de Concentração: Direito do Consumidor.

Orientador: Regnoberto Marques de Melo Júnior.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Regnoberto Marques de Melo Júnior (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Mestrando Thiago do Vale Cavalcante  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Mestrando Victor Alves Magalhães  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

A minha família.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus que é tudo na minha vida.

A minha família que é o meu berço, onde sempre encontro força para prosseguir lutando.

Ao professor Regnoberto Marques de Melo Júnior que me orientou nesse trabalho com muita paciência, humildade e conhecimento. Um mestre que me impressionou por sua conduta simples desde o primeiro dia de aula.

Ao mestrando Thiago do Vale Cavalcante que é um grande estudioso e batalhador, sendo uma das personalidades que me inspiro.

Ao mestrando Victor Alves Magalhães grande amigo e exemplo de foco e perseverança.

Aos meus amigos de colégio que até hoje carrego boas lembranças do companheirismo.

Aos meus amigos de faculdade que só tenho a agradecer pela ajuda nessa busca pelo conhecimento.

*“A persistência é o caminho do êxito.”*(Charles Chaplin).

## RESUMO

A pesquisa tem por objetivo analisar a possibilidade de corresponsabilização dos programas cassinos com as emissoras de televisão. Logo após a exposição do conceito de programa cassino, partiu-se à apresentação das normas jurídicas regulamentadoras de concursos culturais. Posteriormente, estudamos os elementos da responsabilidade civil e os princípios do Código de Defesa do Consumidor. Além disso, a investigação foi baseada em legislação, precedentes judiciais e na doutrina. Por fim, o estudo permitiu concluir que as emissoras de televisão podem ser responsabilizadas objetivamente pela transmissão de programas cassino.

**Palavras-chave:** Programa cassino. Concurso cultural. Corresponsabilidade das emissoras de televisão.



## **RESUMEN**

La investigación tiene por objetivo analizar la posibilidad de corresponsabilización de los programas de casino con las emisoras de televisión. Después de la presentación del concepto de programa casino, se partió a la presentación de las normas jurídicas reguladoras de concursos culturales. Posteriormente, estudiamos los elementos de la responsabilidad civil y los principios del Código de Defensa del Consumidor. Además, la investigación se basó en legislación, precedentes judiciales y en la doctrina. Por último, el estudio permitió concluir que las emisoras de televisión pueden ser responsabilizadas objetivamente por la transmisión de programas de casino.

Palabras clave: Programa casino. Certamen cultural. Corresponsabilidad de las emisoras de televisión.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Imagem ilustrativa de um programa cassino .....	14
--	----

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Art.	Artigo
CDC	Código de Defesa do Consumidor
STF	Supremo Tribunal Federal
STJ	Superior Tribunal de Justiça
TRF	Tribunal Regional Federal

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>O QUE É UM PROGRAMA CASSINO.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1</b>	<b>ANÁLISE JURÍDICA DO PROGRAMA CASSINO.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2</b>	<b>ELEMENTOS DA RESPONSABILIDADE CIVIL.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3</b>	<b>TEORIA SOBRE O NEXO DE CAUSALIDADE.....</b>	<b>20</b>
<b>2.4</b>	<b>RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA.....</b>	<b>22</b>
<b>3</b>	<b>UMA ANÁLISE À APLICAÇÃO DOS PRINCÍPIOS CONSUMERISTAS.....</b>	<b>24</b>
<b>3.1</b>	<b>PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE.....</b>	<b>25</b>
<b>3.2</b>	<b>PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA.....</b>	<b>26</b>
<b>3.3</b>	<b>PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA.....</b>	<b>27</b>
<b>3.4</b>	<b>PRINCÍPIO DA VEDAÇÃO À PROPAGANDA ENGANOSA.....</b>	<b>27</b>
<b>3.5</b>	<b>PRINCÍPIO DA INTERVENÇÃO ESTATAL.....</b>	<b>29</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DA CORRESPONSABILIDADE DAS EMISSORAS DE TELEVISÃO EM PROGRAMAS FRADULENTOS.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1</b>	<b>MANIFESTAÇÕES JURISPRUDENCIAIS.....</b>	<b>31</b>
<b>5.</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>36</b>
<b>6.</b>	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>37</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho busca analisar a responsabilidade das emissoras de televisão na veiculação de programas com publicidade enganosa, sendo o objeto de estudo principal os programas cassinos, os quais são transmitidos por diversos canais abertos do Brasil.

Esses programas propõe um prêmio em dinheiro, caso o expectador consiga descobrir qual imagem é diferente ou resolver o quebra-cabeça. Posteriormente, será demonstrado que nos moldes como as informações estão dispostas, trata-se de publicidade enganosa.

Nesse contexto, a publicidade enganosa é vedada pelo Código de Defesa do Consumidor, porém é comumente utilizada por empresas que buscam enganar os consumidores, com o intuito de auferir maiores ganhos.

Desse modo, é necessário averiguar uma possível responsabilidade entre o anunciante e a emissora de televisão a qual aceita transmitir esses programas. O dano afeta não só o particular na relação comercial, mas também toda a coletividade, tendo em vista a desconfiança que se cria em um mercado de consumo dominado por propagandas de má-fé.

Adentrando-se no mérito técnico do trabalho, esta pesquisa é teórica e acadêmica, utilizando a metodologia qualitativa, baseada em legislação, precedentes judiciais e na doutrina.

O primeiro capítulo é destinado ao estudo esmiuçado da Lei 5768/71 e do Decreto 70.951/72, os quais regulamentam os concursos culturais. Após isso, estudamos os elementos da responsabilidade civil, dando um enfoque no nexo de causalidade e na responsabilidade civil objetiva.

No capítulo seguinte, são feitos breves comentários sobre a importância do CDC nas relações privadas, porém o enfoque são os princípios guiadores da relação de consumo.

No terceiro capítulo do desenvolvimento, expomos dois precedentes sobre a responsabilização das emissoras de televisão, sendo um favorável a responsabilidade subjetiva e outro a objetiva.

## 2. O QUE É UM PROGRAMA CASSINO?

Criado nos Estados Unidos, o programa call TV <sup>1</sup>, também chamado de programa cassino, está presente nos programas televisivos de vários países, possuindo, em regra, o mesmo estilo de funcionamento.

No Brasil, as empresas que atuam como programa cassino são *Game Phone*, *Quiz Tv*, *Top Game*, dentre outras. Para este trabalho usaremos como exemplo a empresa *Game Phone*, pois está em atividade e disponibiliza regulamento em sítio eletrônico.

O programa, basicamente, oferece um prêmio em dinheiro para quem descobrir a figura diferente ou resolver o quebra-cabeça, sendo de fácil resolução. Conforme a imagem abaixo:

Figura 1- Imagem ilustrativa de um programa cassino



Fonte: <https://natelinha.uol.com.br/noticias/2017/10/10/band-pode-ser-responsabilizada-por-veiculacao-de-game-phone-e-super-bonus-diz-mpf-111232.php>

Apesar da oferta de dinheiro alta e fácil, existem algumas regras não mostradas quando o programa é exibido. De acordo com o site da empresa *game phone*, o telespectador ao ligar deverá responder perguntas sobre conhecimentos gerais, de modo que quanto mais perguntas responder, mais acumulará pontos. Alcançando a primeira posição, o telespectador receberá uma ligação, caso atenda, poderá responder o desafio ao vivo e levar o prêmio.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ANDERSON, Kent. *Television Fraud: The History and Implications of the Quiz Show Scandals*. Londres: Greenwood, 1978. 4 p. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=mQFPP7kikegC&oi=fnd&pg=PR5&dq=show+quiz&ots=po9pMiDksf&sig=AzaC-O6er-r9YqRmgLIoKrulyml#v=onepage&q=show+quiz&f=false>>. Acesso em: 21 mar. 2018.

<sup>2</sup>Game Phone, disponível em: <http://www.gamephone.com.br/regulamento>. Acessado em: 07/03/2018

Vale ressaltar que esses programas auferem lucro nas ligações dos telespectadores. O valor da ligação é de R\$ 3,99 por minuto mais impostos<sup>3</sup>. Assim, quanto mais tempo o consumidor passa respondendo as perguntas, mais o programa recebe dinheiro.

Analisando-se o valor do prêmio, é possível verificar uma ambiguidade, pois, de início, dá a entender que o ganhador levará toda aquela quantia publicizada, porém, de acordo com o site *game phone*, os vencedores perceberam entre R\$ 200,00 reais e R\$ 3.000,00 reais, ou seja, a grande quantia é o número de prêmios que será distribuído no programa.<sup>4</sup>

Outra questão, é como se chega ao valor de que cada ganhador receberá e quantos ganharão, isso não está explicado em nenhuma parte do sítio eletrônico.

Além disso, falta transparência, pois o sítio eletrônico não mostra o ranking de pontuação dos competidores e nem quantos pontos devem ser feitos para receber o prêmio, impedindo qualquer fiscalização.

Após a explicação do que é um programa cassino, passamos a análise jurídica.

## 2.1 ANÁLISE JURÍDICA DO PROGRAMA CASSINO

A Lei 5768, de 20 de dezembro de 1971, regulamenta a distribuição gratuita de prêmios. Em seu art. 1, §1º, somente as empresas que exercem atividade comercial, industrial ou de venda e compra de bens imóveis, após prévia autorização do Ministério da Fazenda, poderão distribuir prêmios gratuitamente, mediante vales-brinde, concurso ou sorteio, com a finalidade de fazer propaganda.<sup>5</sup>

Logo o objetivo dessas promoções é realizar publicidade de um produto, sendo vedado a distribuição dos prêmios em dinheiro.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup>CASTRO, William. Emissoras vendem espaço para programas de games que podem ser fraudulentos; veja indícios. Tv História, 2017. Disponível em: <http://www.tvhistoria.com.br/NoticiasTexto.aspx?idNoticia=3760>. Acessado em: 10 de março de 2018.

<sup>4</sup>Game Phone, disponível em: <http://www.gamephone.com.br/regulamento>. Acessado em: 07/03/2018

<sup>5</sup>BRASIL, Lei nº 5768, de 20 de dezembro de 1971. Abre a legislação sobre distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, estabelece normas de proteção à poupança popular, e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 20 de dezembro de 1971. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/Ccivil\\_03/leis/L5768.htm](http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L5768.htm). Acessado em: 7 de abril de 2018.

<sup>6</sup>BRASIL, Lei nº 5768, de 20 de dezembro de 1971. Abre a legislação sobre distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, estabelece normas de proteção à poupança popular, e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 20 de dezembro de 1971. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/Ccivil\\_03/leis/L5768.htm](http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L5768.htm). Acessado em: 7 de abril de 2018.

O Decreto nº 70.951, de 9 de agosto de 1972, o qual regulamenta a Lei nº 5768, dispõe que o sorteio e o vale-brinde serão distribuídos de forma gratuita como propaganda de um produto.

A modalidade de concurso é a que mais se aproxima dos programas cassinos, conforme o supracitado decreto:

Art 25. A distribuição gratuita de prêmios mediante concurso de previsões, cálculos, testes de inteligência, seleção de predicados ou competição de qualquer natureza, realizada por empresas comerciais, industriais ou de compra e venda de bens imóveis, está subordinada a este Regulamento, ressalvado o disposto no artigo 30.

Parágrafo único. A empresa indicará no plano, de forma clara e inequívoca, o processo do concurso e a condição necessária à obtenção do prêmio.

Art 26. Nos concursos a que se refere o artigo anterior serão exigidas condições que garantam pluralidade de concorrentes e uniformidade nas condições de competição.<sup>7</sup>

No entanto, é necessário que o concurso seja só um meio para a divulgação do produto, não podendo ser o fim em si mesmo.

Nesse contexto, as produtoras, para não afrontar a lei diretamente, enquadram os programas cassinos como concurso cultural, já que os telespectadores usufruem de um serviço, supostamente, gratuito.<sup>8</sup>

Outro fator facilitador é que os concursos culturais não precisam de autorização do Ministério da Fazenda, conforme a Lei nº 5768, art. 3,II:

Art 3º Independe de autorização, não se lhes aplicando o disposto nos artigos anteriores:

II - a distribuição gratuita de prêmios em razão do resultado de concurso exclusivamente cultural artístico, desportivo ou recreativo, não subordinado a qualquer modalidade de álea ou pagamento pelos concorrentes, nem vinculação destes ou dos contemplados à aquisição ou uso de qualquer bem, direito ou serviço.<sup>9</sup>

Contudo, em 2013, foi editada a Portaria 422 pelo Ministério da Fazenda, a qual identifica as hipóteses de descaracterização de concurso artístico, cultural e desportivo em um rol

---

<sup>7</sup>BRASIL, Decreto nº 70.951, de 9 de agosto de 1972. Regulamenta a Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971, que dispõe sobre a distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, e estabelece normas de proteção à poupança popular. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 9 de agosto de 1972. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/antigos/d70951.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d70951.htm). Acessado em: 9 de abril de 2018.

<sup>8</sup>Convém destacar que nos sítios eletrônicos dos programas game show, top game e world star consta como concurso cultural.

<sup>9</sup>BRASIL, Lei nº 5768, de 20 de dezembro de 1971. Abre a legislação sobre distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, estabelece normas de proteção à poupança popular, e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 20 de dezembro de 1971. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/Ccivil\\_03/leis/L5768.htm](http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L5768.htm). Acessado em: 7 de abril de 2018.



taxativo. No inciso XI é explicitado que a execução do concurso por meio televisivo, de forma onerosa para o participante, elimina a característica de concurso cultural.<sup>10</sup>

Outrossim, também fica descaracterizado como concurso cultural a inscrição realizada mediante ligação telefônica.<sup>11</sup>

Vale ressaltar que uma portaria é um ato ordinário infralegal, o qual vincula apenas a própria administração, não vinculando terceiros, logo esse ato administrativo é um direcionamento para quais casos o órgão administrativo, responsável pela autorização, poderá conceder ou não a inscrição como concurso cultural.<sup>12</sup>

Contudo, antes da Portaria 422 de 2013, os programas cassinos já não se enquadravam como concurso cultural, pois não se tratava de uma empresa realizando promoção gratuita para publicizar os produtos, mas sim, conforme demonstrado de uma atividade não gratuita e onerosa aos consumidores, a qual não explica de forma satisfatória o mecanismo utilizado para escolher os vencedores, não se enquadrando em nenhuma das três espécies de distribuição gratuita de prêmios.

Assim, por ser vedado a distribuição de prêmios mediante vale-brinde, sorteios e concursos ou serviços semelhantes, fora dos casos previstos na lei 5768 de 1971, excetuando-se quando forem produzidos por instituições filantrópicas, nesta evidenciamos o caráter ilícito.<sup>13</sup>

Desse modo, tendo em vista que esses programas estão nitidamente contrariando o que está disposto em lei, é cabível iniciar o estudo da responsabilidade civil, a fim de averiguar se

---

10BRASIL, Ministério de Estado da Fazenda. Portaria nº 422, de 18 de julho de 2013. Identifica hipóteses de comprometimento do caráter exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo de concurso destinado à distribuição gratuita de prêmios a que se referem a Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971, e o Decreto nº 70.951, de 9 de agosto de 1972. Diário Oficial da União, Brasília, 18 de julho de 2013. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/aceso-a-informacao/institucional/legislacao/portarias-ministeriais/2013/portaria-no.-422-de-18-de-julho-de-2013>. Acessado em: 9 de abril de 2018.

11BRASIL, Ministério de Estado da Fazenda. Portaria nº 422, de 18 de julho de 2013. Identifica hipóteses de comprometimento do caráter exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo de concurso destinado à distribuição gratuita de prêmios a que se referem a Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971, e o Decreto nº 70.951, de 9 de agosto de 1972. Diário Oficial da União, Brasília, 18 de julho de 2013. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/aceso-a-informacao/institucional/legislacao/portarias-ministeriais/2013/portaria-no.-422-de-18-de-julho-de-2013>. Acessado em: 9 de abril de 2018.

12CARVALHO, Matheus. Manual de Direito Administrativo. 3. ed. Salvador: Juspodivm, 2016. 273 p.

13BRASIL, Lei nº 5768, de 20 de dezembro de 1971. Abre a legislação sobre distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, estabelece normas de proteção à poupança popular, e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 20 de dezembro de 1971. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/Ccivil\\_03/leis/L5768.htm](http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L5768.htm). Acessado em: 7 de abril de 2018.

existiria alguma responsabilidade solidária com as emissoras de televisão, uma vez que estas são necessárias na veiculação dos programas.

## 2.2 ELEMENTOS DA RESPONSABILIDADE CIVIL

Responsabilidade civil é o ramo do direito obrigacional que estuda o dever do autor de reparar os danos causados por um ato ilícito seu ou que pela lei seja obrigado.<sup>14</sup> Em outras palavras, responsabilidade civil é a obrigação de assumir as consequências por um fato, devendo repará-las.<sup>15</sup>

O art. 186 do Código Civil trata dos elementos da responsabilidade civil: “Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.”<sup>16</sup>

A doutrina se divide ao classificar ou não o elemento culpa como pressuposto geral da responsabilidade civil. Autores como Pablo Stolze, Alvino Lima e Rodolfo Pamplona acreditam que a culpa seria um elemento accidental, pois não seria necessário a comprovação em todas as modalidades de responsabilidade civil, assim, não podendo ser enquadrado como um elemento originário.<sup>17</sup>

Já Carlos Roberto Gonçalves e Silvio Rodrigues admitem a culpa como um dos elementos essenciais a responsabilidade civil, uma vez que a teoria subjetivista foi adotada pelo Código Civil, excepcionando-se o dever de provar a culpa ou o dolo pelo lesionado em casos específicos, como na responsabilidade objetiva.<sup>18</sup>

Em que pese o entendimento de Carlos Roberto Gonçalves, para o presente trabalho adota-se como pressupostos básicos da responsabilidade civil a conduta humana, o nexo de causalidade e o dano, pois a ausência de alguns desses elementos ensejaria na não caracterização da responsabilidade civil.

---

<sup>14</sup>GONÇALVES, Carlos Roberto. Responsabilidade Civil. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 20 p.

<sup>15</sup>GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. Novo Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. 49 p.

<sup>16</sup>BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, 10 de janeiro de 2003. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm). Acessado em: 12 de abril de 2018.

<sup>17</sup>GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. Novo Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. 72 p.

<sup>18</sup>GONÇALVES, Carlos Roberto. Responsabilidade Civil. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 34 p.

A conduta humana pode ser definida como o ato omissivo ou comissivo, que infringe um dever legal, contratual ou social, produzindo dano ou prejuízo; ou quando o indivíduo tinha o dever de guarda sobre animal ou coisa inanimada.<sup>19</sup>

Para que a conduta humana tenha efeito jurídico, é necessário que seja voluntária, pois inexistindo escolha para o agente causador do dano, também não haverá imputabilidade,<sup>20</sup> podendo este ser apenas objeto para a atividade danosa, por exemplo, em uma ventania que arremessa um indivíduo na vidraça de uma loja.<sup>21</sup>

A omissão também pode ser responsabilizada, quando existia o dever de agir ou de impedir o resultado, como um genitor que se abstém de pagar a pensão alimentícia.<sup>22</sup>

Já o dano é a lesão injusta que a vítima sofre, seja patrimonial ou moral, devendo ser atual e certo.<sup>23</sup> A ausência de dano acarreta a inexistência de reparação. Ora, sem uma lesão ao direito, por qual motivo um indivíduo deveria ser responsabilizado? Assim, é até sem lógica falar em reparação de dano, sem a lesão.<sup>24</sup>

Independente de a responsabilidade ser objetiva ou subjetiva, o dano é elemento necessário, para que possa configurar a responsabilidade, como leciona Sérgio Cavalieri Filho:

A obrigação de indenizar só ocorre quando alguém pratica ato ilícito e causa dano a outrem. O dano encontra-se no centro da regra de responsabilidade civil. O dever de reparar pressupõe o dano e sem ele não há indenização devida. Não basta o risco de dano, não basta a conduta ilícita. Sem uma consequência concreta, lesiva ao patrimônio econômico ou moral, não se impõe o dever de reparar.<sup>25</sup>

Para que o dano seja reparável é necessário que seja certo, efetivo e indenizável, pois é inviável a reparação de um dano em abstrato.<sup>26</sup>

---

19RODRIGUES, Silvio. Direito Civil: Responsabilidade Civil. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 19 p.

20VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito Civil: Responsabilidade Civil. 13. ed. São Paulo: Atlas S.a, 2013. 38 p.

21GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. Novo Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. 76 p

22CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Responsabilidade Civil. 10. ed. São Paulo: Atlas 2012. 25 p.

23VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito Civil: Responsabilidade Civil. 13. ed. São Paulo: Atlas S.a, 2013. 38 p.

24DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 59 p.

25CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Responsabilidade Civil. 10. ed. São Paulo: Atlas 2012. 77 p.

Por fim, o último elemento da responsabilidade é o nexo de causalidade, o qual é o liame entre a conduta humana e o dano. Assim, é necessário que exista uma relação de causa e efeito entre o dano e a conduta humana.<sup>27</sup>

### 2.3 TEORIA SOBRE O NEXO DE CAUSALIDADE

A relação de causalidade é um tema pertinente e de difícil visualização em alguns casos, pois nem sempre é evidente a ligação entre o dano e a conduta humana, tendo a doutrina criado teorias para explicar quando existe ou não o nexo causal.

A teoria da equivalência dos antecedentes aduz que todas as causas que concorreram para a criação do ato danoso teriam o mesmo valor, ou seja, todo ato que participou da cadeia para o resultado deveria ser responsabilizado.<sup>28</sup>

Essa teoria é criticada por não diferenciar as condições que realmente tiveram uma influência para o acontecimento do dano, de maneira que agentes com a mínima culpabilidade seriam responsabilizados por esses fatos.

A teoria da causalidade adequada expõe que apenas o antecedente necessário e adequado poderá ser utilizado como causa. Concorrendo vários antecedentes, será escolhido pelo julgador o que, em um juízo abstrato, caso retirado da cadeia de eventos, impedisse a produção do resultado.<sup>29</sup>

Comparando-se com a teoria da equivalência dos antecedentes, a teoria da causalidade adequada evolui ao valorar as condições, admitindo que determinadas condições, apesar de necessárias na linha temporal, não podem ser incluídas na cadeia de eventos danosos, pois não são idôneas para o resultado, por exemplo, uma fábrica de armas que é responsabilizada por homicídios.

No entanto, a crítica a esta teoria é a falta de critérios objetivos, dependendo bastante da avaliação do julgador na análise concreta do caso.<sup>30</sup>

---

26GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. Novo Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. 87 p

27CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Responsabilidade Civil. 10. ed. São Paulo: Atlas 2012. 578 p.

28CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Responsabilidade Civil. 10. ed. São Paulo: Atlas 2012. 51 p.

29Idem.

30GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. Novo Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. 146 p.

O Código Civil de 2002 não delimitou expressamente qual teoria seria adotada para o nexo de causalidade, apesar disso, o art. 403 sustenta que “as perdas e danos só incluem os prejuízos efetivos e os lucros cessantes por efeito dela direto e imediato”<sup>31</sup>.

Baseando-se neste artigo, parte da doutrina acredita que o Código Civil deu indícios de que a teoria adotada seria da causalidade adequada, nas palavras de Cavalieri Filho:

De se ressaltar que a expressão "efeito direto e imediato" não indica a causa cronologicamente mais ligada ao evento, temporalmente mais próxima, mas sim aquela que foi a mais direta, a mais determinante segundo o curso natural e ordinário das coisas. Com frequência a causa temporalmente mais próxima do evento não é a mais determinante, caso em que deverá ser desconsiderada, por se tratar de mera concausa.<sup>32</sup>

Tema também importante é o estudo das concausas, a qual consiste em um antecedente que juntando-se com a causa principal pode concorrer para o efeito danoso, e tornar a responsabilidade solidária entre os agentes.<sup>33</sup>

As concausas endossam a cadeia de eventos sem romper o nexo de causalidade do evento principal<sup>34</sup>, excetuando-se apenas em um caso.

As concausas são classificadas em dependentes, absolutamente independentes e relativamente independentes. As absolutamente independentes não possuem ligação com a conduta ensejadora do dano, não existindo relação de causa e efeito entre elas. Ademais, são divididas em preexistentes, anterior a conduta danosa principal; concomitante, ocorre ao mesmo tempo da causa principal; e superveniente, acontecem após a conduta ensejadora do dano.<sup>35</sup>

Já as concausas relativamente independentes possuem uma relação de dependência ocasional com a conduta danosa principal, as preexistentes e concomitante não excluem o nexo

---

31BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, 10 de janeiro de 2003. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm). Acessado em: 12 de abril de 2018.

32CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Responsabilidade Civil. 10. ed. São Paulo: Atlas 2012. 54 p.

33VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito Civil: Responsabilidade Civil. 13. ed. São Paulo: Atlas S.a, 2013. 24 p.

34CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Responsabilidade Civil. 10. ed. São Paulo: Atlas 2012. 62 p.

35LIVEIRA JUNIOR, Eudes Quintino de; SECANHO, Antonelli Antonio Moreira. Causa das concausas. 2013. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI184628,21048-Causas+das+concausas>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

causal da outra conduta, porém a concausa superveniente poderá romper o nexu causal, caso esta possa realizar o evento danoso por si só.<sup>36</sup>

Estudados todos os elementos da responsabilidade civil, passemos agora ao estudo da teoria objetiva.

## 2.4 RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA

A responsabilidade civil é classificada em subjetiva e em objetiva, aquela necessita que a culpa seja demonstrada para que a reparação possa existir; já esta apenas precisa do nexu de ligação entre a conduta e o dano.

Em meados do século XIX, a teoria do risco começou a ser produzida, com o intuito de atender aos novos desafios criados pela revolução industrial. A teoria subjetivista, a qual foi criada em uma época de relações individualizadas, tornou-se obsoleta para reparar determinados danos que dificilmente seria possível comprovar a culpa.<sup>37</sup>

A produção em massa, a ausência de direitos trabalhistas e a diversificação da atividade industrial trouxeram ameaças aos indivíduos e aos interesses coletivos, sendo necessário a busca por novas teorias que permitissem o ressarcimento e evitassem injustiças. Então para sanar esses problemas era necessário uma teoria que afastasse tanto a culpa, como a possibilidade de previsão, focando-se os esforços na reparação do dano.<sup>38</sup>

Assim, a teoria do risco serviu de sustentáculo para a doutrina da responsabilidade objetiva, a qual não considera a culpa como um elemento essencial para a responsabilização do agente, existindo o nexu causal que ligue a conduta ao dano, surge o dever de indenizar.<sup>39</sup>

---

36SOUZA, Vanessa Mota Coutinho Inácio de. Responsabilidade Civil. Conteudo Juridico, Brasilia-DF: 23 set. 2010. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.29058&seo=1>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

37ALBUQUERQUE, Fabíola Santos. Fundamentos constitucionais da responsabilidade civil. Revista Fórum de Direito Civil – RFDC, Belo Horizonte, ano 1, n. 1, set./dez. 2012. Ensaio. Disponível em: <<http://www.bidforum.com.br/PDI0006.aspx?pdiCntd=80453>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

38VIANA, Mariana Schneider. Responsabilidade civil e teoria do risco. Revista Fórum de Direito Civil – RFDC, Belo Horizonte, ano 2, n. 4, set./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.bidforum.com.br/bid/PDI0006.aspx?pdiCntd=98945>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

39RODRIGUES, Silvio. Direito Civil: Responsabilidade Civil. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 11 p.

A aplicabilidade dessa teoria está ligada a atividade de risco que é empreendida pelo agente,<sup>40</sup> assim, o risco criado, com o intuito de auferir lucro, deverá suportar os prejuízos.<sup>41</sup>

A responsabilidade objetiva, tratada no art. 927 do Código Civil, aduz que

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.<sup>42</sup>

É importante salientar que para existir responsabilização independente de culpa, o dano deverá ser causado pelo exercício de uma atividade que proporcione risco pela sua própria natureza, não sendo compatível com o ato danoso de um particular, mesmo que traga perigo ou risco.<sup>43</sup>

O Código do Consumidor é uma das leis que utilizam a responsabilidade civil objetiva como ferramenta para facilitar a reparação do dano e não deixar o consumidor desassistido, desse modo, convém realizar o estudo desta Lei.

---

<sup>40</sup>DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 52 p.

<sup>41</sup>VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito Civil: Responsabilidade Civil. 13. ed. São Paulo: Atlas S.a, 2013. 15 p.

<sup>42</sup>BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, 10 de janeiro de 2003. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm). Acessado em: 12 de abril de 2018.

<sup>43</sup>VIANA, Mariana Schneider. Responsabilidade civil e teoria do risco. Revista Fórum de Direito Civil – RFDC, Belo Horizonte, ano 2, n. 4, set./dez. 2013. Disponível em: <http://www.bidforum.com.br/bid/PDI0006.aspx?pdiCntd=98945>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

### 3. UMA ANÁLISE À APLICAÇÃO DOS PRINCÍPIOS CONSUMERISTAS

A sociedade moderna é caracterizada pela produção em massa, seja no campo do comércio, da publicidade ou da produção. Isso implica que um erro na linha de produção, uma informação não exposta ao consumidor ou uma publicidade enganosa pode afetar um grande número de indivíduos.<sup>44</sup>

Os meios de produção, o conhecimento técnico e o poder financeiro encontram-se, em regra, do lado das empresas ou dos prestadores de serviço, ficando o consumidor em estado de vulnerabilidade.<sup>45</sup>

Tendo em vista esse quadro social que coloca o consumidor em desvantagem nas relações de consumo, o Estado assumiu um papel mais intervencionista, buscando trazer equilíbrio entre as partes.

O Código de Defesa do Consumidor foi criado justamente para harmonizar os interesses dos participantes da relação de consumo, tratando-se de uma lei principiológica criada para alcançar relações jurídicas de consumo e as que estejam albergadas por outras normas jurídicas. Os princípios positivados nesta lei são a concretização dos princípios e garantias individuais existentes na Constituição.<sup>46</sup>

De fato, o CDC é aplicável conjuntamente com outras leis, no intuito de guiá-las para o que foi proposto na Constituição Federal, Rizzato Nunes explicita como deverá ser a interpretação:

Não será possível interpretar adequadamente a legislação consumerista se não se tiver em mente esse fato de que ela comporta um subsistema no ordenamento jurídico, que prevalece sobre os demais - exceto, claro, próprio sistema da Constituição, como de resto qualquer norma jurídica de hierarquia inferior-, sendo aplicável às outras normas de forma supletiva e complementar.<sup>47</sup>

Para que uma relação de consumo reste configurada, é necessário que os elementos subjetivos e objetivos estejam presentes. Elemento subjetivo são os sujeitos da relação jurídica, consumidor e fornecedor, já o elemento objetivo consiste no produto ou no serviço. A ausência desses pressupostos desconfigura a relação de consumo.<sup>48</sup>

---

44ALMEIDA, João Batista de. A Proteção Jurídica do Consumidor. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. 23 p.

45Ibidem, 24 p.

46NUNES, Rizzato. Curso de direito do Consumidor. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. 112 p.

47Ibidem, 111 p.

48PAIVA, Clarissa Teixeira. O que caracteriza uma relação de consumo: conceito e elementos. Conteúdo Jurídico, Brasília-DF: 29 nov. 2014. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.51055&seo=1>>. Acesso em: 25 abr. 2018.



O CDC explicitou que o consumidor é toda pessoa física ou jurídica, independente da renda, que adquire produto ou serviço, seja em proveito próprio ou alheio, desde que seja o destinatário final, ou seja, possui a intenção de uso próprio, logo fica afastado do conceito de consumidor o intermediário.<sup>49</sup>

Também está equiparado a consumidor à coletividade de pessoas determináveis ou indetermináveis, tratando dos direitos difusos e coletivos.<sup>50</sup>

Já fornecedor é definido no art. 3º do CDC, *in verbis*:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.<sup>51</sup>

Feita essa pequena introdução, agora analisaremos o princípio da vulnerabilidade, da boa-fé objetiva, da transparência, da vedação a propaganda enganosa e da intervenção estatal, os quais estão intimamente ligados ao objeto do trabalho, focando-se na análise da publicidade televisiva.

### 3.1 PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

O princípio da vulnerabilidade decorre do reconhecimento da desigualdade nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor, sendo o consumidor a parte mais fraca, pois o fornecedor possui os meios de produção, bem como decide quais produtos e de que modo irá expor no mercado.<sup>52</sup>

A doutrina não é unânime ao dividir os tipos de vulnerabilidade, filiamo-nos a doutrina de Rizzatto Nunes, o qual divide em técnica e econômica.

---

49ALMEIDA, João Batista de. A Proteção Jurídica do Consumidor. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. 23 p. 50Idem.

51BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.. Código de Defesa do Consumidor. Brasília, 11 set. 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm)>. Acesso em: 01 de maio de 2018.

52REIS, Iuri Ribeiro Novais dos. O Princípio da Vulnerabilidade como Núcleo Central do Código de Defesa do Consumidor. Revista dos Tribunais, São Paulo, v. 956/2015, p.89-114, 1 jun. 2015. Disponível em: <<https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad82d9b000001633ca9dbccb9ef4bc2&docguid=I0610b400fb9e11e485db010000000000&hitguid=I0610b400fb9e11e485db010000000000&spos=1&epos=1&td=2334&context=5&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>>. Acesso em: 07 maio 2018.

A vulnerabilidade técnica decorre da ausência de conhecimento do consumidor sobre as características do produto ou serviço, bem como não pela falta de conhecimento científico, contábil, jurídico uma vez que dificilmente um homem comum saberá o processo produtivo.<sup>53</sup>

A vulnerabilidade de ordem econômica surge da grande capacidade econômica que os fornecedores possuem em detrimento do consumidor, o que pode refletir em melhores condições para se defender em juízo.<sup>54</sup>

Tendo em vista essa concentração de poder e conhecimento em favor dos fornecedores, o CDC presumiu a vulnerabilidade do consumidor independente de quem esteja nos polos da relação de consumo. Esse tratamento diferenciado busca recriar condições que possibilitem igualdade nas relações de consumo.<sup>55</sup>

### 3.2 PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

O princípio da boa-fé objetiva aponta as condutas adequadas para o adimplemento do contrato motivador da relação de consumo, como lealdade, confiança e honestidade.

Essas regras éticas foram implantadas nas normas jurídicas, suplantando o antigo entendimento positivista sem uma análise moral das condutas. A boa-fé objetiva deve guiar os contratantes antes, durante e depois da execução do objeto da relação de consumo.<sup>56</sup>

O comercial televisivo é um dos principais meios de divulgação de produtos ou serviços, o qual deve informar, naquele curto período de tempo, as características essenciais do bem, sob pena de dificultar a compreensão de possíveis consumidores.

Em sede de Recurso Especial, o Superior Tribunal de Justiça condenou a empresa de telefonia Oi ao pagamento de danos materiais por deixar de informar, em propaganda televisiva, restrição no plano, o que induziria o consumidor em erro. Segundo a decisão, a propaganda foi enganosa ao deixar de informar elementos essenciais no plano de telefonia oferecido, indo de

---

53REGO, Jacqueline Vasconcelos. Proteção do Consumidor nas Relações de Consumo Eletrônicas: Análise das Compras Coletivas. 2013. 77 f. Monografia (Especialização) - Curso de Direito, Faculdade de Direito, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013. Disponível em: <[http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/28004/1/2013\\_tcc\\_jvrego.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/28004/1/2013_tcc_jvrego.pdf)>. Acesso em: 06 maio 2018.

54NUNES, Rizzatto. Curso de direito do Consumidor. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. 178 p.

55BOLZAN, Fabrício. Direito do Consumidor Esquematizado. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2014. 202 p.

56TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assunção. Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual. 5. ed. São Paulo: Forense Ltda, 2015. 49 p. Disponível em: <<https://www.passeidireto.com/arquivo/28179213/manual-de-direito-do-consumidor---volume-unico-2016---epub-1>>. Acesso em: 06 maio 2018.

encontro ao princípio da boa-fé objetiva, da transparência e da informação, os quais devem ser observados ainda que em fase pré-contratual.<sup>57</sup>

### 3.3 PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA

Uma ramificação do princípio da boa-fé, o princípio da transparência busca tornar as relações de consumo mais cristalinas, facilitando o acesso à informação técnica sobre os produtos e os serviços.<sup>58</sup>

Com a exigência de que os fornecedores devem ser transparentes, o CDC inaugurou uma nova era nas relações de consumo, pois houve uma inversão na ideia ultrapassada de *caveat emptor*, a qual aduzia que o consumidor deveria buscar informações sobre os produtos e os serviços que tivesse interesse, sendo convertida na ideia de *caveat venditor*, que afirma o dever do fornecedor de disponibilizar todas as informações necessárias para a compreensão dos bens dispostos no mercado de consumo.<sup>59</sup>

### 3.4 PRINCÍPIO DA VEDAÇÃO À PROPAGANDA ENGANOSA

O princípio da vedação à propaganda enganosa está disposto no art. 6, IV, do CDC, *in verbis*:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;<sup>60</sup>

---

<sup>57</sup>STJ. Recurso Especial: REsp 1695760 RJ 2014/0121766-9. Relator: Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. DJ: 29 de novembro de 2017. JusBrasil, 2017. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/526226195/recurso-especial-resp-1695760-tj-2014-0121766-9>>. Acessado em: 06 de maio de 2018.

<sup>58</sup>PISETE, Alessandra de A. B. S.; COUTINHO, Sally Anne Bowmer Beça. Princípio da informação e da transparência nas relações de consumo em telefonia fixa. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XII, n. 61, fev 2009. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=5963](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=5963)>. Acesso em 01 de maio 2018.

<sup>59</sup>Acórdão n. 814826, Relator Des. FLAVIO ROSTIROLA, Revisor Des. GILBERTO PEREIRA DE OLIVEIRA, 3ª Turma Cível, Data de Julgamento: 20/8/2014, Publicado no DJe: 29/8/2014. Disponível em: <http://www.tjdft.jus.br/institucional/jurisprudencia/jurisprudencia-em-foco/cdc-na-visao-do-tjdft-1/principios-do-cdc/principio-da-informacao>. Acessado em: 09 de maio de 2018.

<sup>60</sup>BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.. Código de Defesa do Consumidor. Brasília, 11 set. 1990. Disponível em:

A publicidade é uma atividade que facilita a comunicação em massa com os consumidores, permitindo que pessoas interessadas em adquirir algo tenham acesso a diversas empresas e com isso possam realizar a compra que melhor considerar. Apesar disso, a atividade publicitária também é utilizada de forma indevida, e o que deveria ser um meio para melhor esclarecer os bens colocados à venda, pode ser utilizado para complicar o entendimento do cidadão.

A publicidade enganosa omite informações essenciais para o convencimento do consumidor no momento de adquirir o bem. Desse modo, o anunciante deverá mostrar dados importantes para o real entendimento das características do produto, como qualidade, quantidade, valor, origem, dentre outros.<sup>61</sup>

Outrossim, a Constituição resguarda o direito a livre expressão, no entanto, esse direito fundamental pode ser relativizado quando entra em colisão com outros princípios e normas consagradas pela Lei Maior, logo a regulamentação da publicidade, tanto jurídica como privada por meio do CONAR, não implica em um desrespeito à liberdade de comunicação.<sup>62</sup>

Em entendimento recente, a 10ª câmara Cível do TJ/RJ condenou, solidariamente, a emissora Radio e Televisão Bandeirantes LTDA, a empresa Quality Construtora Negócios Empreendimentos Ltda e a apresentadora do programa ao pagamento de danos materiais e morais para um telespectador.<sup>63</sup>

---

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acesso em: 01 de maio de 2018.

61 AMATRUDO, Rosângela. PUBLICIDADE ABUSIVA. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 52, p.163-221, 1 de dez. de 2004. Disponível em: <[https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc60000016329af61c0406e2500&docguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&hitguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&spos=2&epos=2&td=519&context=9&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1#](https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc60000016329af61c0406e2500&docguid=Ie34eda40f25211dfab6f01000000000&hitguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&spos=2&epos=2&td=519&context=9&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1#>)>. Acesso em: 01 de maio de 2018.

62 AMATRUDO, Rosângela. PUBLICIDADE ABUSIVA. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 52, p.163-221, 1 de dez. de 2004. Disponível em: <[https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc60000016329af61c0406e2500&docguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&hitguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&spos=2&epos=2&td=519&context=9&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1#](https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc60000016329af61c0406e2500&docguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&hitguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&spos=2&epos=2&td=519&context=9&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1#>)>. Acesso em: 01 de maio de 2018.

63 TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO DE JANEIRO. APELAÇÃO CÍVEL N.º 2009.001.52.233. Relator: Desembargador Bernardo Moreira Garcez Neto. Data do julgamento: 03/11/2009. Migalhas, 2009. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI96711,101048-Band+e+Marcia+Goldschmidt+sao+condenadas+por+propaganda+enganosa>>. Acessado em: 07 de maio de 2018.

A empresa Quality utilizava o meio televisivo para anunciar, em um programa, uma linha de financiamento de crédito imobiliário, porém os cheques emitidos não possuíam fundo, causando dano tanto material quanto moral, pois o telespectador depositou confiança na empresa ao contratar esse produto.<sup>64</sup>

De acordo com o Tribunal, a emissora de televisão poderia ter averiguado a confiabilidade da anunciante. Além disso, ocorreu uma cessão onerosa de espaço, obtendo vantagem pecuniária na veiculação da publicidade. Desse modo, se a empresa se beneficiou da publicidade, também deverá arcar com o ônus dos danos, sendo cabível a aplicação da teoria do risco do empreendimento.<sup>65</sup>

### 3.5 PRINCÍPIO DA INTERVENÇÃO ESTATAL

Apesar da Constituição de 1988 reservar o direito a propriedade privada e a livre iniciativa, o Estado não pode se eximir de intervir quando for necessário assegurar outros direitos fundamentais também importantes para os objetivos que a Lei Maior propôs.

Desse modo, o CDC alinhado com as diretrizes constitucionais, positivou, de forma abstrata, a possibilidade do Estado de estar presente no mercado de consumo:

art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (... ) c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

A intervenção estatal pode se concretizar por um ato ou medida legal que busca condicionar ou suprimir a atividade econômica de algum particular em benefício da justiça social ou dos direitos e garantias individuais,<sup>66</sup> a Portaria 422 de 2013, por exemplo, delimita em que casos o concurso cultural fica descaracterizado.

---

64 Idem.

65 Idem.

66 RAMOS FILHO, Carlos Alberto de Moraes. A Intervenção do Estado no Domínio Econômico: Limites e Modalidades à Luz do Direito Brasileiro. Revista Tributária e de Finanças Públicas, São Paulo, v. 88, p.60-90, 1 out. 2009. Disponível em: <<https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&sruid=i0ad6adc5000016329bbdafb30d78a09&docguid=17be58be0f25411dfab6f01000000000&hitguid=17be58be0f25411dfab6f01000000000&spos=1&epos=1&td=4000&context=3&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>>. Acesso em: 01 de maio de 2018.

Em outros casos, a Administração poderá suspender o fornecimento do serviço, revogar a concessão ou permissão de uso e interditar o estabelecimento de atividade, devendo sempre serem aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa.

## 4. ANÁLISE DA CORRESPONSABILIDADE DAS EMISSORAS DE TELEVISÃO EM PROGRAMAS FRAUDULENTOS

Após o estudo dos elementos da responsabilidade civil e dos princípios consumeristas, é cabível uma análise de precedentes que tratam sobre o tema de responsabilização das emissoras de televisão diante de programas fraudulentos.

### 4.1 MANIFESTAÇÕES JURISPRUDENCIAIS

Em sede de recurso especial, o Superior Tribunal de Justiça reformou a decisão do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, o qual atribuiu corresponsabilidade entre a anunciante e a emissora de televisão.

Segundo os fatos narrados, o apresentador de um programa anunciava serviços de fornecimento de crédito de uma instituição financeira, elencando seus pontos positivos. Em decorrência da publicidade, um telespectador contrata por telefone o serviço, realizando o depósito prévio conforme regulamento da empresa. No entanto, ao passar de 15 dias o valor do empréstimo não foi creditado na conta do consumidor.

O órgão *a quo* aduziu que a transmissão dentro do programa aumentou a credibilidade, de modo que a emissora também deveria responder, uma vez que auferiu proveito econômico. Segue abaixo a ementa do STJ:

CIVIL E PROCESSUAL. AÇÃO DE COBRANÇA, CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. CONTRATAÇÃO DE EMPRÉSTIMO JUNTO A INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. DEPÓSITO DE IMPORTÂNCIA A TÍTULO DE PRIMEIRA PRESTAÇÃO. CRÉDITO MUTUADO NÃO CONCEDIDO. ATRIBUIÇÃO DE RESPONSABILIDADE CIVIL AO PRESTADOR DO SERVIÇO E À REDE DE TELEVISÃO QUE, EM PROGRAMA SEU, APRESENTARA PROPAGANDA DO PRODUTO E SERVIÇO. "PUBLICIDADE DE PALCO". CARACTERÍSTICAS. FINALIDADE. AUSÊNCIA DE GARANTIA, PELA EMISSORA, DA QUALIDADE DO BEM OU SERVIÇO ANUNCIADO. MERA VEICULAÇÃO PUBLICITÁRIA. EXCLUSÃO DA LIDE. MULTA PROCRASTINATÓRIA APLICADA PELA INSTÂNCIA ORDINÁRIA. PROPÓSITO DE PREQUESTIONAMENTO. EXCLUSÃO. SÚMULA N. 98-STJ. CDC, ARTS. 3º, 12, 14, 18, 20, 36, PARÁGRAFO ÚNICO, E 38; CPC, ART. 267, VI. I. A responsabilidade pela qualidade do produto ou serviço anunciado ao consumidor é do fornecedor respectivo, assim conceituado nos termos do art. 3º da Lei n. 8.078/1990, não se estendendo à empresa de comunicação que veicula a propaganda por meio de apresentador durante programa de televisão, denominada "publicidade de palco". II. Destarte, é de se excluir da lide, por ilegitimidade passiva *ad causam*, a emissora de televisão, por não se lhe poder atribuir co-responsabilidade por apresentar publicidade de empresa financeira, também ré na ação, que teria deixado de fornecer o empréstimo ao telespectador nas condições prometidas no anúncio. III. "Embargos de declaração

manifestados com notório propósito de prequestionamento não tem caráter protelatório" (Súmula n. 98/STJ). IV. Recurso especial conhecido e provido.<sup>67</sup>

Entendeu o ministro Relator que, apesar de a propaganda publicitária ter sido transmitida dentro do bloco do programa televisivo, ainda assim tratava-se de um comercial, logo é necessário distinguir o anunciante, do veículo divulgador do anúncio.<sup>68</sup>

Assim, a responsabilidade pelo produto ou serviço anunciado cabe exclusivamente àquele que o presta ou confecciona, não se estendendo aos transmissores da mensagem publicitária, por exemplo, televisão, rádio e jornal.<sup>69</sup>

É ressaltado ainda que a publicidade de palco não implica corresponsabilidade para a empresa anunciadora, tampouco ao apresentador, pois ambos atuam como “garotos propagandas” do bem, sendo incabível crer em uma avaliação subjetiva sobre os produtos colocados à venda. Além disso, o CDC reitera que o fabricante e o produtor serão responsabilizados por informações insuficientes, não sendo o veiculador das informações incluído no artigo.<sup>70</sup>

Já a ministra Maria Isabel Gallotti aduziu que não há relação de consumo entre a empresa veiculadora da publicidade e o mutuário que adquiriu o empréstimo, caso este pleiteasse a responsabilização por algum abuso, tratar-se-ia de um caso de responsabilidade subjetiva, e não de responsabilidade objetiva.<sup>71</sup>

Por fim, o Ministro Raul Araújo ressaltou que não houve defeito na propaganda, mas sim na prestação de serviço, não sendo sensato o veículo de comunicação ser alcançado pela responsabilidade.<sup>72</sup>

Nesse precedente, o STJ se posicionou pela não responsabilização do veículo de comunicação. Interessante ressaltar que os argumentos utilizados para reformar a sentença não passaram pelonexo de causalidade elemento de causalidade, mas sim pela não existência de relação de consumo, pois o fornecedor seria a empresa anunciante, responsabilidade objetiva, logo seria necessário a comprovação da culpa.

---

67STJ. Recurso Especial: REsp 1.157.228- RS (2009/0188460-8). Relator: Ministro Aldir Passarinho Junior. DJ: 14 de dezembro de 2010. JusBrasil, 2011. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/19106155/recurso-especial-resp-1157228-rs-2009-0188460-8/inteiro-teor-19106156?ref=juris-tabs>>. Acessado em: 20 de maio de 2018.

68Ibidem.

69Ibidem.

70Ibidem.

71Ibidem.

72Ibidem.



Essa linha de pensamento torna a emissora de televisão irresponsável pelos produtos anunciados, ora se um produto é defeituoso, quem deve responder por ele é o seu fabricante, sendo insensato crer que o transmissor do anúncio tem um dever moral de averiguar a veracidade dos produtos expostos.

Desse modo, não sendo o próprio veículo de comunicação prestador dos serviços cuja qualidade é motivo de lide, não é cabível que se reconheça como fornecedor nos moldes do CDC.

O que também não implica em total imunidade às emissoras pelas publicidades enganosas transmitidas, a análise seria feita pela responsabilidade civil comum, sendo necessário a demonstração da culpa.

Visto que analisamos um precedente contrário à responsabilização da emissora de televisão de forma objetiva, passemos a um julgado com entendimento contrário.

Em 2010, a União ajuizou uma ação civil pública em face de programas cassinos, Easy Quiz, Quiz Tv e Super Game, e das emissoras de televisão, tendo como pedido a suspensão da veiculação desses programas.

Alegou a autora que o serviço utilizava propaganda enganosa, que induzia, de forma fraudulenta, populares a consumir este serviço. Além disso, postulou-se a suspensão com a finalidade de impedir que novas pessoas fossem enganadas e contratassem o serviço.

O TRF da 4º região proferiu a seguinte ementa:

EMENTA AÇÃO CIVIL PÚBLICA. VEICULAÇÃO DE PROGRAMA DE TELEVISÃO SEM OBSERVÂNCIA DO DEVER DE INFORMAÇÃO E TRANSPARÊNCIA. PRÁTICA DE PROPAGANDA ENGANOSA. CERCEAMENTO DE DEFESA. JULGAMENTO ANTECIPADO DA LIDE. CABIMENTO DA AÇÃO CIVIL PÚBLICA. LEGITIMIDADE DA UNIÃO. ILEGITIMIDADE PASSIVA. RELAÇÃO DE CONSUMO. APLICAÇÃO DAS NORMAS DO CDC. CONFIGURAÇÃO DA PRÁTICA DE PROPAGANDA ENGANOSA E VIOLAÇÃO DO DEVER DE INFORMAÇÃO E TRANSPARÊNCIA. DEVOLUÇÃO DOS VALORES GASTOS PELOS CONSUMIDORES COM AS LIGAÇÕES TELEFÔNICAS. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DOS RÉUS. DANO MORAL COLETIVO. CARACTERIZAÇÃO. VALOR DA INDENIZAÇÃO. A produção de provas no processo tem a finalidade de orientar o julgador na condução da causa. Cabe a ele, segundo preconiza a Lei Processual (art. 130), ordenar as providências que entender pertinentes para a solução da controvérsia e indeferir aquelas medidas que se mostrem desnecessárias à formação de sua convicção. O indeferimento de prova, por si só, não configura cerceamento de defesa. No caso, não as provas dos autos são suficientes à formação da convicção deste julgador, não havendo necessidade da prova testemunhal ou pericial requerida pelos réus. É cabível o ajuizamento de ação civil pública para defesa de interesses individuais homogêneos. A União é parte legítima para ajuizar ação em defesa dos interesses e direitos dos consumidores, conforme dispõe o art. 82, II, da Lei nº 8.078/90. As emissoras de TV, na condição de retransmissoras do programa televisivo em debate, são partes legitimadas para responder à ação, já que, livremente, constituem-se nos veículos televisivos por meio dos quais o produto (concurso) é ofertado ao público consumidor (participantes do concurso). Entendimento do STJ, pacificado na Súmula nº 221. A relação estabelecida entre as empresas que produzem e veiculam programas televisivos (com oferta aos telespectadores de participação em concurso de solução de questões ou enigmas, com atribuição de premiação em dinheiro aos

vencedores) e os telespectadores é de consumo. A deficiência e mesmo falta de informação do tipo de serviço oferecido e seus custos violam o direito à informação, à transparência e à vedação à propaganda enganosa, dando ensejo à condenação dos responsáveis ao ressarcimento dos valores despendidos pelos consumidores e ao pagamento de indenização por danos morais. Todos os envolvidos na oferta do produto são responsáveis solidariamente pela restituição dos valores pagos pelos consumidores em suas contas telefônicas porque o objetivo desta ação é a proteção dos consumidores e não a distribuição das responsabilidades entre os réus, o que deve ser resolvido entre eles em procedimento próprio. O dano moral coletivo está caracterizado porque tais programas foram transmitidos para a população, enganando os consumidores que tentaram participar do programa e também os consumidores que apenas assistem ao programa e acreditam na idoneidade do que está sendo ofertado. Valor fixado à indenização por danos morais (R\$ 200.000,00) deve ser mantido porque não é excessivo, sendo bem inferior ao pedido pela União (R\$ 500.000,00). Sentença mantida na íntegra.<sup>73</sup>

A sentença em estudo se baseou na solidariedade passiva, na relação de consumo e na existência de dano moral coletivo.

A solidariedade passiva foi aduzida a partir da Súmula 221 do STJ, *in verbis*: “são civilmente responsáveis pelo ressarcimento de dano, decorrente de publicação pela imprensa, tanto o autor do escrito quanto o proprietário do veículo de divulgação.”

Em uma leitura inicial, a Súmula se refere apenas a responsabilidade solidária de um trabalho escrito. No entanto, o TRF interpretou de forma a aumentar a abrangência da solidariedade, buscando o fim para que esse instrumento jurisdicional foi criado, o qual cremos que seja proteção e ressarcimento do consumidor.

Outrossim, as emissoras de televisão aceitaram espontaneamente transmitir os programas cassinos, sendo remunerados para isso, logo, conforme a teoria do risco do empreendimento, aquele que lucra deve também arcar com os prejuízos, pois a emissora de televisão é um elemento necessário para que o serviço seja publicizado e contratado.<sup>74</sup>

Com efeito, a decisão propugna pelo reconhecimento da relação de consumo, pois o elemento subjetivo e objetivo estão presentes, sendo o serviço indiretamente remunerado pelas ligações telefônicas.

Ademais, é ressaltado que os programas deixam de informar pontos importantes, como o valor da ligação e quantas perguntas o participante deve responder para ganhar o prêmio.

Nesta senda, a justificativa utilizada pelos fornecedores de que as informações encontravam-se nos respectivos sítios eletrônicos dos programas não foi aceita pelo Tribunal, o qual aduziu que é dever do fornecedor tornar o serviço transparente e permitir o acesso às informações em um meio que o consumidor de pronto consiga alcançar.

---

<sup>73</sup>Ibidem.

<sup>74</sup>Ibidem.

Desse modo, o Tribunal fixou dano moral com o objetivo de compensar os particulares pela lesão, bem como para prevenir e desestimular futuras condutas semelhantes.

Por fim, o pedido principal de proibição de veiculação dos programas cassinos não foi concedida pelo juízo, o qual considerou melhor um pedido alternativo de readequação das empresas, como a exibição a cada dez minutos das regras dos jogos e a utilização de caracteres legíveis para esclarecer o valor das ligações.<sup>75</sup>

Findado a análise, partiremos para um estudo comparativo entre os precedentes.

O acórdão do STJ entendeu que não era cabível a responsabilidade objetiva, pois não houve relação de consumo entre a emissora de televisão e o telespectador. Além disso, o anunciador seria o único responsável por algum defeito no serviço, uma vez que o serviço, bem como a produção da propaganda foi feita exclusivamente pelo prestador de serviço.

Em que pese os argumentos utilizados, não nos filiaremos a essa linha jurisprudencial. O CDC foi criado para amenizar a vulnerabilidade do consumidor diante das empresas e propagandas, a não aplicação nessas situações de possível violação ao direito de informação impedem que o particular possa pleitear o ressarcimento, o qual torna-se quase impossível com o dever de provar a culpa.

Já a decisão do TRF da 4ª região almeja a proteção do consumidor, bem como o ressarcimento deste, devendo as empresas, em outra ação, discutir a quem cabe a responsabilidade pelo dano.

Outrossim, os princípios da boa-fé, do direito à informação e da transparência foram violados pela ação conjunta dos fornecedores, convindo a solidariedade no momento da indenização. Assim, cremos que é mais acertado o entendimento do TRF da 4ª região favorável a corresponsabilização.

No entanto, a decisão não concedeu a suspensão dos programas, sugerindo algumas modificações, para que se adequassem aos ditames legais, o que, no nosso entender, a existência de programas nesse modelo já é, por si só, um atentado contra a legalidade da Lei 5768/71 e do Decreto 70.951/72.

---

<sup>75</sup>Ibidem.

## 5. CONCLUSÃO

Diante do exposto, é possível concluir o que se segue:

1. Os programas cassinos de forma proposital não transmitem informações suficientes, com objetivo de ludibriar possíveis consumidores e obter maiores lucros.

2. Os programas cassinos buscam o enquadramento de concurso cultural, com o intuito de não necessitarem de autorização prévia da Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda. Assim, podem transmitir o seu conteúdo sem sofrer fiscalização.

3. A realização de concurso por meio televisivo e a inscrição efetuada por meio de ligação descaracterizam o concurso como exclusivamente cultural, conforme a Portaria 422 do Ministério da Fazenda. Uma vez descaracterizado passa a ser regido pela Lei 5.768/71.

4. O Decreto 70.951/72 regulamenta a Lei 5768/71, o qual dispõe que a distribuição de prêmios deverá ser gratuita como uma forma de publicizar um produto e que não serão autorizados os concursos como fonte de receita. Verifica-se que esse tipo de programa está fora dos ditames legais, sendo o prosseguimento da atividade não condizente com a legislação citada.

5. Existe relação de consumo entre telespectador e emissora de televisão, pois os elementos subjetivos e objetivos estão contemplados.

6. Na seara consumerista, é cabível a responsabilização da emissora de televisão em face da transmissão de um programa com propaganda enganosa e que não permitiu o acesso à informação aos consumidores.

7. Tendo em vista que esses concursos culturais desvirtuaram a finalidade de distribuição de prêmios, cremos que seja apropriado a aplicação das sanções expostas no Decreto 70.951/72, a saber: aplicação de multa, cassação da autorização e proibição de realizar nova operação nos próximos 5 anos.

8. Desse modo, a solidariedade existiria apenas no âmbito consumerista, não havendo essa possibilidade nas sanções da legislação exposta.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Fabíola Santos. **Fundamentos constitucionais da responsabilidade civil.** Revista Fórum de Direito Civil – RFDC, Belo Horizonte, ano 1, n. 1, set./dez. 2012. Ensaio. Disponível em: <<http://www.bidforum.com.br/PDI0006.aspx?pdiCntd=80453>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

ALMEIDA, João Batista de. **A Proteção Jurídica do Consumidor.** 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

AMATRUDO, Rosângela. **PUBLICIDADE ABUSIVA.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 52, p.163-221, 1 de dez. de 2004. Disponível em: <[https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc60000016329af61c0406e2500&docguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&hitguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&spos=2&epos=2&td=519&context=9&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1#](https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc60000016329af61c0406e2500&docguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&hitguid=Ie34eda40f25211dfab6f010000000000&spos=2&epos=2&td=519&context=9&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1#>)>. Acesso em: 01 de maio de 2018.

ANDERSON, Kent. **Television Fraud: The History and Implications of the Quiz Show Scandals.** Londres: Greenwood, 1978. 4 p. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=mQFPP7kikegC&oi=fnd&pg=PR5&dq=show+quiz&ots=po9pMiDksf&sig=AzaC-O6er-r9YqRmgLloKrulyml#v=onepage&q=show+quiz&f=false>>. Acesso em: 21 mar. 2018.

BRASIL, **Decreto nº 70.951**, de 9 de agosto de 1972. Regulamenta a Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971, que dispõe sobre a distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, e estabelece normas de proteção à poupança popular. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 9 de agosto de 1972. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/antigos/d70951.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d70951.htm). Acessado em: 9 de abril de 2018.

\_\_\_\_\_, **Lei nº 5768, de 20 de dezembro de 1971.** Abre a legislação sobre distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, estabelece normas de proteção à poupança popular, e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do

Brasil, Brasília, 20 de dezembro de 1971. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/Ccivil\\_03/leis/L5768.htm](http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L5768.htm). Acessado em: 7 de abril de 2018.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.. Código de Defesa do Consumidor. Brasília, 11 set. 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm). Acesso em: 01 de maio de 2018.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, 10 de janeiro de 2003. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm). Acessado em: 12 de abril de 2018.

\_\_\_\_\_. Ministério de Estado da Fazenda. **Portaria nº 422, de 18 de julho de 2013**. Identifica hipóteses de comprometimento do caráter exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo de concurso destinado à distribuição gratuita de prêmios a que se referem a Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971, e o Decreto nº 70.951, de 9 de agosto de 1972. Diário Oficial da União, Brasília, 18 de julho de 2013. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/aceso-a-informacao/institucional/legislacao/portarias-ministeriais/2013/portaria-no.-422-de-18-de-julho-de-2013>. Acessado em: 9 de abril de 2018.

BOLZAN, Fabrício. **Direito do Consumidor Esquematizado**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

CARVALHO, Matheus. **Manual de Direito Administrativo**. 3. ed. Salvador: Juspodivm, 2016.

CASTRO, William. **Emissoras vendem espaço para programas de games que podem ser fraudulentos; veja indícios**. Tv História, 2017. Disponível em: <http://www.tvhistoria.com.br/NoticiasTexto.aspx?idNoticia=3760>. Acessado em: 10 de março de 2018.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 10. ed. São Paulo: Atlas 2012.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil**. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

**Game Phone**, disponível em: <<http://www.gamephone.com.br/regulamento>>. Acessado em: 07/03/2018.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil**. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. 49 p.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Responsabilidade Civil**. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 20 p.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do Consumidor**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. 112 p.

PAIVA, Clarissa Teixeira. **O que caracteriza uma relação de consumo: conceito e elementos**. Conteúdo Jurídico, Brasília-DF: 29 nov. 2014. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.51055&seo=1>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

PISETE, Alessandra de A. B. S.; COUTINHO, Sally Anne Bowmer Beça. **Princípio da informação e da transparência nas relações de consumo em telefonia fixa**. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XII, n. 61, fev 2009. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=5963](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=5963)>. Acesso em 01 de maio 2018.

OLIVEIRA JUNIOR, Eudes Quintino de; SECANHO, Antonelli Antonio Moreira. **Causa das concausas**. 2013. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI184628,21048-Causas+das+concausas>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

RAMOS FILHO, Carlos Alberto de Moraes. **A Intervenção do Estado no Domínio Econômico: Limites e Modalidades à Luz do Direito Brasileiro**. *Revista Tributária e de Finanças Públicas*, São Paulo, v. 88, p.60-90, 1 out. 2009. Disponível em: <[https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc50000016329bbdafb30d78a09&docguid=I7be58be0f25411dfab6f0100000000000&hitguid=I7be58be0f25411dfab6f0100000000000&spos=1&epos=1&td=4000&context=3&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1](https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc50000016329bbdafb30d78a09&docguid=I7be58be0f25411dfab6f010000000000&hitguid=I7be58be0f25411dfab6f0100000000000&spos=1&epos=1&td=4000&context=3&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1)>. Acesso em: 01 de maio de 2018.

REGO, Jacqueline Vasconcelos. **Proteção do Consumidor nas Relações de Consumo Eletrônicas: Análise das Compras Coletivas**. 2013. 77 f. Monografia (Especialização) - Curso de Direito, Faculdade de Direito, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013. Disponível em: <[http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/28004/1/2013\\_tcc\\_jvrego.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/28004/1/2013_tcc_jvrego.pdf)>. Acesso em: 06 maio 2018.

REIS, Iuri Ribeiro Novais dos. **O Princípio da Vulnerabilidade como Núcleo Central do Código de Defesa do Consumidor**. Revista dos Tribunais, São Paulo, v. 956/2015, p.89-114, 1 jun. 2015. Disponível em: <<https://portal.mpf.mp.br/rtonline/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad82d9b000001633ca9dbcbb9ef4bc2&docguid=I0610b400fb9e11e485db01000000000&hitguid=I0610b400fb9e11e485db010000000000&spos=1&epos=1&td=2334&context=5&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>>. Acesso em: 07 maio 2018.

RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil: Responsabilidade Civil**. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 19 p.

SOUZA, Vanessa Mota Coutinho Inácio de. **Responsabilidade Civil**. Conteudo Juridico, Brasilia-DF: 23 set. 2010. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.29058&seo=1>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial: REsp 1695760 RJ 2014/0121766-9**. Relator: Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. DJ: 29 de novembro de 2017. JusBrasil, 2017. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/526226195/recurso-especial-resp-1695760-rj-2014-0121766-9>>. Acessado em: 06 de maio de 2018.

\_\_\_\_\_. **Recurso Especial: REsp 1.157.228- RS (2009/0188460-8)**. Relator: Ministro Aldir Passarinho Junior. DJ: 14 de dezembro de 2010. JusBrasil, 2011. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/19106155/recurso-especial-resp-1157228-rs-2009-0188460-8/inteiro-teor-19106156?ref=juris-tabs>>. Acessado em: 20 de maio de 2018.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: Responsabilidade Civil**. 13. ed. São Paulo: Atlas S.a, 2013.



TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assunção. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. 5. ed. São Paulo: Forense Ltda, 2015. Disponível em: <<https://www.passeidireto.com/arquivo/28179213/manual-de-direito-do-consumidor---volume-unico-2016---epub-1>>. Acesso em: 06 maio 2018.

Tribunal de Justiça do Distrito Federal. **Acórdão n. 814826**, Relator Des. FLAVIO ROSTIROLA, Revisor Des. GILBERTO PEREIRA DE OLIVEIRA, 3ª Turma Cível, Data de Julgamento: 20/8/2014, Publicado no DJe: 29/8/2014. Disponível em: <http://www.tjdft.jus.br/institucional/jurisprudencia/jurisprudencia-em-foco/cdc-na-visao-do-tjdft-1/principios-do-cdc/principio-da-informacao>. Acessado em: 09 de maio de 2018.

Tribunal de Justiça Do Rio De Janeiro. **APELAÇÃO CÍVEL N.º 2009.001.52.233**. Relator: Desembargador Bernardo Moreira Garcez Neto. Data do julgamento: 03/11/2009. Migalhas, 2009. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI96711,101048-Band+e+Marcia+Goldschmidt+sao+condenadas+por+propaganda+enganosa>>. Acessado em: 07 de maio de 2018.

Tribunal Regional Federal da 4ª região. **Apelação Cível: 5022587-70.2010.404.7100**. Relator: Ministro Cândido Alfredo Silva Leal Junior. DJ: 07 de maio de 2015. JusBrasil, 2015. Disponível em: <<https://trf-4.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/186828802/apelacao-civel-ac-50225877020104047100-rs-5022587-7020104047100/inteiro-teor-186829094?ref=juris-tabs>>. Acessado em: 20 de maio de 2018.

VIANA, Mariana Schneider. **Responsabilidade civil e teoria do risco**. Revista Fórum de Direito Civil – RFDC, Belo Horizonte, ano 2, n. 4, set./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.bidforum.com.br/bid/PDI0006.aspx?pdiCntd=98945>>. Acesso em: 16 abr. 2018.