



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA \_\_\_<sup>a</sup> VARA  
CÍVEL DO FORO CENTRAL DA COMARCA DA CAPITAL

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO, por intermédio da Promotora de Justiça do Consumidor que ao final subscreve, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Excelência, com fundamento no artigo 129, inciso III, da Constituição da República, nos artigos 81, parágrafo único, incisos I, II e III, e 82, inciso I, ambos do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), no artigo 5º *caput*, da Lei Federal nº 7.347/85, e no artigo 25, inciso IV, letra “a”, da Lei Federal nº 8.625/93, propor **AÇÃO CIVIL PÚBLICA, com pedido liminar**, a ser processada pelo rito ordinário, em face de



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

- **FALKLAND TECNOLOGIA EM TELECOMUNICAÇÕES S.A.** (IPCORP TELECOM)<sup>1</sup>, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 01.009.876/0001-61, com sede na Rua Padre Machado, 674, Bosque da Saúde, CEP: 04127-001, São Paulo/SP;

- **AVATAR MOBILE TECHNOLOGIES LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 11.595.149/0001-87, com sede na Rua Joaquim Távora, nº 1493, 1º andar, Vila Mariana, CEP 044127-000, São Paulo/SP;

- **RENATO FERNANDES PALESEL**, brasileiro, portador da cédula de identidade RG nº 25291479-X - SP, inscrito no CPF sob o nº 337.138.858-18, residente na Rua Lira Cearense, 190, apto 33, Santa Efigênia, CEP 05763-450, São Paulo/SP;

- **JOSÉ PERCIVAL PALESEL**, brasileiro, portador da cédula de identidade RG nº 6581923 - SP, inscrito no CPF sob o nº 765.503.118-53, residente na Rua Lira Cearense, 190, apto 33, Santa Efigênia, CEP 05763-450, São Paulo/SP;

- **LUIZ CARLOS YUTAKA SEKI**, brasileiro, portador da cédula de identidade RG nº 13031769-X - SP, inscrito no CPF sob o nº 065.868.128-10, residente na Rua Quintino Bocaiúva, 90, casa II, São Paulo II, CEP 06706-110, Cotia/SP;

- **WORLD CONTEÚDO DIGITAL HOLDING LTDA.** (denominação atual de BRAZIL INTERACTIVE MEDIA PARTICIPAÇÕES LTDA.), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº

<sup>1</sup> Entre 1996 e 2011, funcionava como empresa de responsabilidade Ltda. de mesma denominação, sendo sua forma societária transformada para S.A. a partir de então - **Doc. 44.**



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

17.493.616/0001-44, com sede na Alameda Uapixana, nº 278, Planalto Paulista, CEP 04085-030, São Paulo/SP;

- **G2PTV PRODUÇÕES E EVENTOS LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 16.630.422/0001-80, com sede na Rua Engenheiro Tomas Whately, nº 240, 1º andar, Santo Amaro, CEP 04742-130 São Paulo/SP, ou Av. Antártico, nº 388, Jardim do Mar, São Bernardo do Campo; CEP 09726-150, São Bernardo do Campo/SP;

- **GUILHERME PINTO DE ARAUJO FILHO**, brasileiro, portador da cédula de identidade RG nº 3311751 - SP, inscrito no CPF sob o nº 228.242.438-72, residente na Rua Pereira Barreto, 228, Santo Amaro, CEP 04744-010, São Paulo/SP;

- **SYLVIA MARIA DOLORES DE CARVALHO ARAUJO**, brasileira, portadora da cédula de identidade RG nº 5602647-X - SP, inscrita no CPF sob o nº 189.766.288-29, residente na Rua Pereira Barreto, 228, Santo Amaro, CEP 04744-010, São Paulo/SP;

- **TV ÔMEGA LTDA. (REDE TV!)**, empresa concessionária de serviços públicos de radiodifusão de sons e imagens, inscrita no CNPJ sob nº 07.841.813/0001-53, com sede na Avenida Presidente Kennedy, nº 2869, Vila São José, CEP 06298-190, Osasco/SP;

em razão dos fundamentos de fato e de direito e com os pedidos a seguir deduzidos.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

**OBJETO:** busca-se, com esta demanda coletiva, a cessação das práticas abusivas perpetradas pelos réus em detrimento aos consumidores, mediante exibição de programas do estilo “Call TV”, com cobrança de elevados valores dos participantes por meio de ligações telefônicas, em clara violação aos princípios da boa-fé objetiva, da lealdade, da transparência e da confiança.

**I - DOS DOCUMENTOS QUE INSTRUEM A AÇÃO CIVIL PÚBLICA**

O expediente que acompanha a presente petição inicial é cópia em formato PDF das principais peças dos Inquéritos Cíveis n<sup>os</sup> 14.161.028/2016-8, 14.161.076/2017-5, 14.739.500/2017-1, instaurados nesta Promotoria de Justiça do Consumidor da Capital, a partir de representações de consumidores, bem como de peças de informação remetidas pelo Ministério Público Federal, Ministério Público do Estado do Mato Grosso do Sul, Ministério Público do Estado de Minas Gerais, Ministério Público do Distrito Federal e Territórios, Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, Ministério Público do Estado de Santa Catarina, e Ministério Público de Goiás, todos noticiando a adoção de práticas abusivas, dispersas por todo o território nacional, pelas empresas réas e *seus sócios*.

Faz-se necessário aqui um breve introito para ressaltar que os fatos a seguir expostos não são novidade, pois, em anos anteriores, tramitaram em face das réas, nas Promotorias de Justiça do Consumidor, e também, Promotorias de Justiça Criminais, diversos outros procedimentos além dos acima citados<sup>2</sup>.

Nesse sentido, desde meados de 2010, começaram a aportar nesta Promotoria representações de consumidores versando sobre problemas

---

<sup>2</sup> Vide “Docs. 43 e 59”.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

relacionados a programas de televisão interativos de conteúdo enganoso, ressaltando os elevados valores cobrados pelas ligações para participar, utilizando-se o Código de Seleção de Prestadora (CSP) 91. Na ocasião, estas notícias deram ensejo à instauração do inquérito civil 14.161.1665/2010, que possuía entre as investigadas a ora ré *Falkland (IPCORP Telecom)*, e a produtora *Full Sollutions Consultoria em Marketing LTDA*<sup>3</sup>, que já teve em seu quadro societário o ora réu *José Percival Palesel*<sup>4</sup>.

## II - DOS FATOS

### **II.i. Histórico dos programas estilo “quiz” televisivo**

As investigações que levaram à propositura da presente ação foram iniciadas a partir de informações noticiando que a primeira ré *Falkland Tecnologia em Comunicações S.A. (IPCorp)*, vem adotando práticas abusivas desde 2008, consistentes na cobrança de elevados valores de consumidores que efetuaram ligações telefônicas de longa distância para programas televisivos interativos, conhecidos como “*Call TV*”.

Os primeiros registros de programas deste estilo remontam ao ano de 2006, sendo um dos pioneiros o “*Insomnia*”, exibido à época pela ora ré *TV Ômega (Rede TV!)*, que consagrou o formato de incentivar a participação ao vivo de telespectadores, **modelo até hoje empregado neste tipo de “atração”**. O

---

<sup>3</sup> Vide **Doc. 54**.

<sup>4</sup> A investigação em questão foi arquivada devido à não localização das produtoras *Full Solutions* e *Worldstar do Brasil*, apesar das inúmeras diligências empreendidas durante mais de cinco anos. Houveram outros inquéritos nos anos que se seguiram, parte deles finalizado pela mesma razão, e outros devido a cessação temporária da veiculação dos programas analisados. Vide **Doc. 32**.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

“*Insomnia*” era produzido por uma subsidiária da empresa de entretenimento inglesa *CELLCAST UK*, cujo diretor de conteúdo no Brasil e administrador à época era o réu *José Percival Palese*<sup>5</sup>.

Os maciços questionamentos dos consumidores em relação à regularidade destes programas surgiram pouco tempo depois, especialmente após a inserção de um Código de Seleção de Prestadora (CSP) específico para a realização das chamadas para o jogo - que, no caso, era o próprio “91” da *Falkland* ( IP-CORP )-, bem como pela alteração do modo de participação, ocasionando a retenção dos telespectadores por longos períodos na linha, sem que estes chegassem a efetivamente participar do programa, tudo isto aliado a um custo por minuto muito elevado<sup>6</sup>.

Em decorrência do volume crescente de reclamações, em 2008, o Ministério Público Federal em São Paulo expediu recomendação para que a *Action Media* e a *Rede TV!* cessassem, no prazo de dez dias, a produção e a transmissão, respectivamente, do programa “*GamePlay*”. O i. Procurador da República responsável, Dr. Márcio Schusterschitz da Silva Araújo, consignou na oportunidade que: “*O Gameplay não tem qualquer conteúdo comunicativo, valendo-se ilegitimamente de meio de comunicação social para convertê-lo simplesmente em uma relação comercial entre um participante com a empresa promotora do jogo (...) o jogo Gameplay ignora a figura do telespectador e centraliza-se na do apostador ou*

<sup>5</sup> Cf. ficha cadastral da empresa *CELLCAST BRASIL COMUNICACOES LTDA.* extraída da página da JUCESP (Doc. 50), e de

<http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/o-estado-de-s-paulo-33210/>, acesso em 04 de outubro. Segundo a página: “*o braço brasileiro da produtora Cellcast, quase uma multinacional do gênero, paga R\$ 1,5 milhão por mês em espaço de TV para exibir 10 atrações, 6 delas como inserções em programas de emissoras abertas. No mesmo formato de seus programas no exterior, bem ‘interativos’*”.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/noticia-da-tv/2017/12/reportagem-de-domingo-ministerio-publico-x-telegames-da-tv>, acesso em 28/09/2018.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

*participante. (...) A finalidade do serviço público de telefonia não pode ser desviada para fazer cobrança no interesse de promotora de jogo de azar*<sup>7</sup> (g.n.).

Nos anos subsequentes, estes programas acabaram sendo relegados a emissoras menores ou subsidiárias dos grandes canais de televisão, sem, contudo, desaparecerem por completo. Durante a última década, mantiveram o mesmo “*modus operandi*”, e, apesar de alcançarem um público alvo menor, não estavam isentos de reclamações – as quais levaram à instauração de diversos inquéritos civis e criminais<sup>8</sup> por todo o país, e ao ajuizamento de centenas de ações judiciais individuais por parte de consumidores lesados<sup>9</sup>. Ocorre que, como já mencionado, muitas vezes os programas simplesmente desapareciam da programação, e pouco tempo depois reapareciam em outro canal.

As constantes trocas do nome da “*atração*”<sup>10</sup>, da produtora responsável pelo conteúdo, e da emissora onde era exibido, representavam entraves às investigações, dificultando a obtenção de informações claras e coordenadas sobre quem seriam os verdadeiros responsáveis por estas lucrativas (e abusivas) fontes de arrecadação. Neste contexto, muitos expedientes acabaram sendo arquivados pelo “*desaparecimento*” dos representantes das produtoras, ou com a saída do ar de um determinado canal. Assim, quando o programa surgia repaginado em outra emissora, iniciavam-se novas investigações, por vezes, em face de empresas distintas, e repetia-se assim o mesmo ciclo, conduzindo à esterilidade de muitas das apurações encetadas.

<sup>7</sup> Disponível em: [https://www.conjur.com.br/2008-set-23/mpf\\_paulista\\_redetv\\_nao\\_transmitir\\_gameplay](https://www.conjur.com.br/2008-set-23/mpf_paulista_redetv_nao_transmitir_gameplay), acesso em 26/09/2018.

<sup>8</sup> Imputando às empresas a prática de crime de estelionato.

<sup>9</sup> A maioria julgada procedente, *cf.* **Doc. 12**.

<sup>10</sup> Apesar de, na essência, os programas se manterem os mesmos, cada vez aparecem com um novo nome, exemplos: “Ganhe Sempre”, “Game Phone”, “Super Bônus”, “Top Game”, “Chamar e Ganhar”, “Programa 3,2,1” “Pop Quiz”, “Quiz Verão”, “Ligações Diretas”, “Lig Quiz”, “Diversão na certa”, “Hyper Q.I.” “A Chance” etc.



## MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Entretanto, com a somatória de informações amealhadas durante os anos, ficava cada vez mais evidente a existência de um fio condutor comum entre todas estas atrações, conforme será exposto a seguir.

### II.ii. Ilegalidade dos programas

Conforme exposto, aportaram nesta promotoria dezenas<sup>11</sup> de representações queixando-se da exibição, agora em **grandes canais da televisão aberta**, de programas televisivos de perguntas com interação do público. Nestes jogos os telespectadores são incitados a fazer ligações interurbanas para um número de celular do interior de São Paulo (São José do Rio Preto) utilizando-se de um código de operadora (CSP) específico, acreditando, assim, que poderiam ser chamados para entrar “ao vivo” e responder à pergunta exibida na tela – cuja resposta geralmente é evidente –, e, em consequência, ganhar elevados prêmios em dinheiro.

Ocorre que as ligações de telespectadores – estimuladas pelos apresentadores com frases de efeito e afirmações de que as linhas estariam desocupadas – não entram ao vivo, pois **o consumidor é retido na chamada sob o auspício de responder a perguntas constantes de uma gravação para “acumular pontos”**, e com isto ter, supostamente, oportunidade de participar. Este artifício estimula que a chamada se prolongue pelo maior tempo possível, a um custo elevado e desproporcional por minuto, de modo que **a permanência do consumidor na linha lhe gera grandes débitos, ao passo que representa**

---

<sup>11</sup> Para se ter uma ideia, somente entre os anos de 2016 a 2018, foram quase cinquenta, conforme relação listada no índice (Doc. 01), cujas cópias acompanham esta exordial (Doc. 59).





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

significativa lucratividade, sem qualquer risco, para a operadora de telefonia parceira, produtoras e emissora de televisão.

Outra curiosidade suspeita, que se repete indistintamente em TODAS as exibições dos programas, é o fato de, durante a transmissão, quase a integralidade dos “telespectadores” participantes errarem a resposta, mesmo sendo óbvia, e, quando há algum ganhador, a ligação com a resposta correta ocorre somente ao final do programa<sup>12</sup>. Este estratagema incita ainda mais pessoas a ligarem para tentar participar, com a certeza de que, caso atendidas, acertariam o simples desafio. Há inclusive consumidores<sup>13</sup> que afirmam que os telespectadores que entram ao vivo durante a atração, e erram, seriam falsos participantes:

Este tipo de programa, conhecidos como Call Tv, são uma verdadeira enganação aos telespectadores e às famílias do Brasil, por vários motivos. Entre eles:

- Este tipo de programa contrata pessoas para serem colocadas ao vivo e errarem a resposta de propósito. Isto é uma grande fraude! Em todos os programas, várias vezes toca o telefone e entra alguém na linha, e responde errado ao desafio. Geralmente o programa atende de 10 a 15 pessoas, e somente 1 acerta o desafio. Em alguns programas, ninguém acerta, sendo que o desafio é muito fácil de ser acertado por qualquer pessoa normal. Resumindo: todas as pessoas que entram ao vivo e erram, são pessoas previamente combinadas e contratados para darem a resposta errada. Ao fazer isto, o programa estimula mais ainda as pessoas reais, que estão em casa, a ligar e tentar entrar ao vivo, pois "ninguém" está acertando o desafio. Mas isto nunca acontece, ou quase nunca. Como eu cheguei a esta conclusão: Ao analisar as vozes dos participantes que entram e erram seguidamente nos programas, eu editei e cortei a participação de todos os que erram e, para minha surpresa, muitas vezes se repetem. Ou seja, as mesmas pessoas/vozes entram para errar várias vezes durante a semana; algumas entra 2 ou 3 vezes durante o mesmo programa! Para esconder esta fraude, os participantes falsos entram com nomes diferentes, mas com a mesma voz, falsificando suas identidades. Veja isto nestes vídeos abaixo:

<https://youtu.be/J9wsVsoDatY> (Quem são os que "erram" no Super Bônus, Game Phone... Parte 1)

<https://youtu.be/qftxGP9nP40> (O Segredo dos que "erram" no Super Bônus, Game Phone... Parte 2)

- Certamente, para esta fraude mencionada acima dar certo e o programa ter lucros altíssimos, deve acontecer a seguinte situação: durante o programa, existe dezenas ou centenas de pessoas reais na linha, gastando R\$

<sup>12</sup> A improvável coincidência, que se repetiria em todas as exibições do programa, foi notada e mencionada por muitos consumidores, por todos: Representação 43.739.4420/2018 (vide resumo das representações **Doc. 01 e Doc. 59**). Há também inúmeros vídeos no “YouTube” de pessoas alegando que o programa todo é uma fraude. Há, inclusive, quem afirme ter comparado as vozes dos participantes que entraram ao vivo e erraram, destacando que estas se repetem ciclicamente nos programas, sustentando-se que nem mesmo seriam participantes reais.

<sup>13</sup> Representação nº 43.739.2948/2018 – **Doc. 55**.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

5,92 por minuto (o preço varia de acordo com o jogo, **no Top Game por exemplo chega a R\$ 8,00 por minuto!**), e respondendo a perguntas muito fáceis, para pontuar. Acontece que, os responsáveis pelo programa NÃO colocam na linha estas pessoas reais que estão gastando e tentando participar. São colocadas apenas as pessoas/vozes previamente combinadas, apenas para entrar e errar o desafio de propósito! E, as centenas de pessoas reais que estão na linha, ficam lá sendo feitas de idiotas, gastando muito e sendo literalmente ROUBADAS pela produção deste tipo de programa. Ou seja, o programa coloca participantes falsos na linha DE PROPÓSITO! Apenas 1 participante real é colocado ao vivo, geralmente no último minuto do programa, e acaba acertando o desafio e ganhando o prêmio mínimo. Todos os demais participantes verdadeiros, são desconectados quando desligam o telefone, e perdem tudo o que gastaram, tendo que pagar as altíssimas contas telefônicas. A meu ver, isto se caracteriza fraude e estelionato ao vivo na Tv brasileira. Isto acontece há anos, e nenhuma atitude é tomada pela justiça. Veja um exemplo de alguém que ligou por duas horas, e com dois telefones, mas não fui chamado para participar ao vivo. Isto foi feito para provar o que eu mencionei acima, onde ninguém real é chamado para participar do programa, somente os participantes falsos são chamados (ou suas vozes são colocadas na Tv). Veja isto no vídeo abaixo:

Em suas manifestações no bojo dos inquéritos, as produtoras do programa insistem que é possível utilizar qualquer código de operadora para ligar e o regulamento completo do programa estaria disponível em página na *internet*. No entanto, **não esclarecem porque é disposto na tela um número de telefone que já contempla o CSP de uma operadora específica**, a qual possui um custo por minuto por vezes seis vezes maior que os concorrentes.

A título exemplificativo, no programa “TOP GAME”, exibido pela Rede TV em 08/09/2018<sup>14</sup> das 16:20h às 19:35h, no início da exibição é mostrado o número de telefone 075 35 3800-3010, sendo tanto o código CSP quanto a titularidade da linha pertencentes à pouco conhecida operadora de telefonia *Vipway Serviços de Telecomunicações Ltda*<sup>15</sup>. O apresentador ressalta que não são necessárias várias tentativas, bastando uma única ligação para concorrer ao prêmio de R\$ 58.000,00, asseverando, também, para o participante “permanecer na linha até conquistar o prêmio”.

<sup>14</sup> Cujas gravações em mídia digital foram fornecidas a esta Promotoria pela própria emissora *Rede TV!*, e poderão ser oportunamente disponibilizadas a este juízo.

<sup>15</sup> Esta operadora não foi incluída no polo passivo desta ação, pois passou a figurar recentemente nestes programas, diferentemente da **Falkland**, cuja conexão a este tipo de atividade remonta à última década. Todavia, se aportarem representações nesta Promotoria em face da operadora *Vipway*, será igualmente objeto de investigação, podendo ensejar a propositura de nova ação, caso necessário.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Não há, contudo, qualquer advertência do apresentador sobre a possibilidade de utilização de outras prestadoras, pelo contrário, às 16:31h é transmitida informação de que para “garantir” a participação ao vivo é necessário utilizar “exatamente todos estes números que estão aqui embaixo”, para “*não ter problema*” - o que inclui o CSP pré-definido -, e, caso o telespectador “*mude algo*”, não conseguirá ligar.

Nesta mesma exibição, após aproximadamente 25 minutos de programa, o apresentador afirma que tiveram notícia de que alguns telespectadores estariam *enfrentando problemas para ligar*, e por isso o programa disponibilizaria uma segunda linha de telefone como alternativa. Neste momento, é exibido na tela o número “091 17 78789940”, com o código de seleção de prestadora da ré *Falkland*. Os telespectadores são então instruídos a permanecer na linha respondendo questões para participar, transmitindo-se, em dado momento, a notícia de que o acúmulo de “pontos” ocorre “*acertando ou errando*”.

Não obstante a exibição do programa assistido por esta Promotoria ter sido transmitida durante três horas, com um desafio que beirava o óbvio, bem como ter supostamente recebido 23 “participações” de telespectadores<sup>16</sup>, **não houve qualquer vencedor**. O programa permanece no ar durante tanto tempo, que ocorre até mesmo troca de apresentador!<sup>17</sup>.

Novamente, agora na transmissão do dia 15/09/2018, a apresentadora não faz qualquer alusão ao direito de optar pelo do Código de

<sup>16</sup> O “telefone” da atração permanece longos períodos sem atender nenhuma ligação.

<sup>17</sup> Isto também ocorreu nos programas exibidos em 15 e 16 de setembro de 2018.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

**Seleção de Prestadora que aprouver ao consumidor**<sup>18</sup>, reforçando às 17:07h que: **“os números são exatamente estes que estão na tela, não faça nenhum tipo de modificação”**. Tampouco houve vencedor.

Por sua vez, a exibição do TOP GAME do dia 16/09/2018 durou das 13:25 às 15:25, e, após uma hora fora do ar - período em que era incentivada a continuidade da participação dos consumidores por meio do sítio eletrônico do jogo -, foi retomado às 16:35h, e finalmente encerrado às 18:05h. Ou seja, **a atração foi veiculada pela ré Rede TV! durante três horas e meia**. Como em programas anteriores, após cinco minutos do início da transmissão, é exibido DDD e número de telefone para participar, **já precedidos do CSP 91, da Falkland**, acompanhados da seguinte advertência da apresentadora: **“não mude o DDD, nem a operadora!”**.

Para burlar as suspeitas sobre esta atividade e conferir maior credibilidade à atração, as produtoras destes programas sofisticaram-se ao longo dos anos: diversificaram-se as operadoras de telefonia parceiras; montaram páginas dos programas em que exibem nome dos supostos ganhadores; anunciaram que caso os participantes não entrassem ao vivo, poderiam concorrer a títulos de capitalização *etc.*

Entretanto, constatou-se - com base nas três gravações da atração fornecidas a esta Promotoria - que somente na do dia 16/09 houve um vencedor do desafio, nos últimos minutos do programa, o qual informou “ao vivo” **que se chamava Márcio**. De modo diverso, na relação dos vencedores contida na página da atração, estranhamente, consta que **não houve vencedores no dia 16**, ao passo

<sup>18</sup> O direito de escolher livremente a prestadora de telefonia de longa distância foi consagrado na Lei 9.472/1997, e no Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicação (RGC), aprovado pela Resolução nº 632 de 2014.



## MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO PROMOTORA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

que existem dois nomes de supostos vencedores do programa do dia 15, ocasião em que, como já informado, não houve vencedor:

The screenshot shows the website interface for 'TOP GAME'. At the top, there is a navigation menu with links: HOME, TOP GAME, VÍDEOS, CONTATO, GANHADORES (with a dropdown arrow), REGULAMENTOS, and NÚMERO DA SORTE (with a search icon). Below the navigation, there is a section for 'RESGATE DE CUPONS' with social media icons for Facebook and YouTube. A secondary navigation bar contains links: NÚMERO DA SORTE, RESGATE DE CUPONS, GANHADORES (with a dropdown arrow), and REGULAMENTOS.

### GANHADORES ANO 2018

Pesquisar

DATA	GANHADOR(A)	CIDADE	ESTADO
12/09/2018	ARIELLE MAYARA RODRIGUES DUCK	NOVA UBIRATÃ	MT
13/09/2018	MARIA DA AJUDA NASCIMENTO COSTA	RIBEIRÃO DAS NEVES	MG
13/09/2018	LUANA LAURA ANJO FANTIN	CUIABA	MT
13/09/2018	FABIOLA RIBEIRO GAROFALO	DIVINÓPOLIS	MG
15/09/2018	RENI CARTONY	MARINGA	PR
15/09/2018	ANA LUIZA ALMEIDA LOPES DE SOUSA	PALMAS	TO
19/09/2018	MARCIO GIOVANI PINTO DE OLIVEIRA	ROSADO DO SUL	RS
19/09/2018	JULIANA LEITE DA SILVA	SOLIDÃO	PE

Com o acompanhamento do citado programa, verificou-se, também, que **inexiste qualquer possibilidade real de ganhar o prêmio máximo**, para o qual o telespectador deve, além de acertar o desafio, responder a uma “pergunta bônus”, adivinhando em dez segundos uma combinação aleatória entre duas letras e dois algarismos<sup>19</sup>, condicionada em um envelope lacrado. A

<sup>19</sup> A análise combinatória destes elementos permite concluir que a possibilidade deste evento ocorrer é de 1 (um) dentre 67600 (sessenta e sete mil e seiscentas) respostas possíveis.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

resposta correta depende, portanto, unicamente de sorte, e a (im)probabilidade matemática de acerto, aliada ao fato de **o jogo se sustentar apenas por meio das “perdas” dos demais jogadores que permaneceram na linha, evidencia, na atração, o traço caracterizador dos jogos de azar, proibidos no Brasil.**

Cabe mencionar, igualmente, a suspeita de que as pouquíssimas pessoas que efetivamente entram na linha e acertam a pergunta, e deveriam receber prêmios oscilando entre R\$ 500,00 a R\$ 2000,00 – **o que, convenha-se, é pouco mais que o valor gasto em algumas ligações para o programa** – enfrentam dificuldades ou nem mesmo recebem seus prêmios. Veja-se a respeito informação que aportou nesta Promotoria, por meio de reclamação encaminhada pelo Ministério Público de Goiás<sup>20</sup>, formulada por um dos vencedores do programa “Super Bônus”, produzido pela ré AVATAR:

Eu Diogo Candido de Abreu, portador do RG 3734234, CPF 868726991-91, venho me através deste canal denunciar e responsabilizar a TV Bandeirantes de comunicação pelo não pagamento de prêmios relativos ao PROGRAMA SUPER BÔNUS exibido pela emissora diariamente das 15h as 16h em horário nacional para todo o Brasil a mais de 2 anos. participei e ganhei no PROGRAMA SUPER Bônus em 17/12/2017 e ganhei R\$ 2.000,00 e também em 02/01/2018 e ganhei a quantia de R\$ 3.000,00, acontece que ate a presente data (18/05/2018) nao recebi como combinado. a TV bandeirantes alega que o programa era independente e eles tem nenhuma responsabilidade e que a responsabilidade é da empresa AVATAR TECNOLOGIA CNPJ 11.595.149/0001-87. acontece que esta empresa denominada AVATAR TECNOLOGIA nao atende mais telefones e muito menos responde a qualquer canal de comunicação fato este é que venho responsabilizar a TV Bandeirantes por ter vinculado a sua programação no ar e atestar como toda certeza e provas de que eles ja sabiam do problemas e agora tentam se esquivar como detalharei agora,

O mesmo consumidor afirma que já havia formulado uma representação em 2013:

<sup>20</sup> Peças de informação 43.161.751/2018 – Doc. 56.



## MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

na época foram vários processos contra a TV Band que tem como parceira a empresa ONE BRASIL MÍDIA INTERATIVA, na ocasião a TV Bandeirantes retirou o programa do ar temendo a poder judiciário.

entretanto em 2013 eles tomaram a vincular em sua programação para todo o Brasil que se denominava PROGRAMA 3,2,1 (CALLTV) que tinham como parceiros a empresa TView Media do Brasil Ltda, e novamente outro problema desta vez quiseram deixar de pagar todos os prêmios, novamente alegando que não tinham nenhuma responsabilidade sobre o programa. então sendo assim procurei o departamento jurídico da TV Bandeirantes e relatei todo o problema e juntamente com o seu Advogado Dr. Marco Souza (na ocasião) que nos prestou toda assistência e garantiu que os pagamentos seriam feitos, graças ao entendimento deste profissional que hoje não trabalha mais no jurídico da TV Bandeirantes e que conseguimos obter êxito junto aos envolvidos, olhem a baixo a denúncia que fiz juntos ao Ministério Público, denúncia esta que logo em seguida com o pagamento da TV Bandeirantes ficou arquivada por eles terem entendido que tinham sim responsabilidade sobre a veiculação deste programa de CALLTV.

### DENÚNCIA FEITA AO MINISTÉRIO PÚBLICO EM 2013

Venho me através desde e-mail fazer uma denúncia grave contra a empresa Empresa: Tview Media do Brasil Ltda (CNPJ: 17.962.458/0001-24) registrada em Abril de 2013 Endereço: Avenida Paulista 1.079, andar 7 ? Bela Vista 01311-200 - São Paulo ? SP. sou Diogo candidato de abreu portador da C.I 3734234 SSPGO CPF 868726991-91. essa empresa lançou no ar um programa interativo com o nome chamado de 3.2.1 (Quiz) este programa prometia que os melhores ranqueados no Quiz cultural entrassem ao vivo no ar, e se respondessem a pergunta correta ao vivo ganharia o prêmio em dinheiro estipulado pela produção, mais isso tudo depois que os participantes ficassem horas, e horas no telefone respondendo perguntas no Quiz cultural. o programa que teve seu início no dia 08/07/2013 as 14hs na band, e teve seu fim no dia 30/08/2013. desde essa data então retiraram o site do ar deixando com os participantes e ganhadores ficassem sem nenhum tipo de contato uma vez que eles nunca disponibilizaram um numero telefônico para contato, literalmente sumiram, assim como fizeram outras vezes incluindo em 2007 que deram um grande golpe nos brasileiros participantes vencedores. agora voltaram com a mesma intenção e má fé por este grupo que digo e reafirmo, que além de lesarem vários brasileiros, praticam vários crimes, como formação de quadrilha, estelionato e vários outros crimes. sempre somem e não pagam ninguém.

*Demitam-se ao apresentar sobre à Superintendência Judiciária*

Recebi ontem 23/09 um email do Sr. Grant Van Dijk sócio administrador, isso tudo depois que descobri seu e-mail, e varias tentativas e ele me responde o seguinte;

" Caro Premiado, Levou algum tempo para responder a você porque queríamos garantir os fundos para pagar os prêmios, já que os fundos estão retidos pela empresa de telecomunicações Telecom 65, responsável pelo acesso ao serviço telefônico vinculado ao nosso Concurso e que recebe diretamente das demais operadoras o valor total das chamadas telefônicas realizadas pelos concorrentes. Dependemos desses fundos para termos como efetuar os pagamentos dos prêmios. Podemos assegurar que estamos notificando a Telecom 65 para que cumpra suas obrigações contratuais conosco e efetue o repasse a que temos direito. A forma como o processo funciona é a seguinte: A produtora do Concurso (TView Média do Brasil Ltda.) contrata com a operadora de telefonia, ou seja Telecom 65, para que haja a disponibilidade de números de acesso telefônico. A Telecom 65, por sua vez, tem acordos de faturamento em vigor com outras operadoras de telefonia móvel e fixa, que pagam para a Telecom 65 uma parte das tarifas cobradas pelas chamadas realizadas. Assim, o chamador paga R\$3,99 reais mais impostos por minuto ou um total de cerca de R\$5,69 reais. De R\$3,99 reais no caso de chamadas de celular pré-pago Telecom 65 recebe cerca de R\$3,49 reais por minuto (esta soma é menor quando a chamada é gerada a partir de telefones fixos e celulares pós-pago como parte do tráfego que não é coletado). Do valor recebido pela Telecom 65 esta deve passar uma parte para a TView do Brasil e assim a TView do Brasil pode pagar a mídia, prêmios e custos de produção. O fato é que a Tview do Brasil já pagou para a mídia e custos de produção com antecedência e está enfrentando um atraso no repasse que a Telecom 65 tem que lhe fazer para que a Tview do Brasil possa pagar os prêmios. Sabemos que a Telecom 65 gerou mais de 2 milhões de reais na renda do Show 3-2-1 e, com base em nosso contrato, a Tview do Brasil tem direito a um repasse de R\$866.000,00 Caso não recebamos seremos obrigados a ingressar com a devida medida judicial contra a Telecom 65. Só para sua informação Stanly Hiwat foi demitido por TView por indisciplina. Ele está agora trabalhando para a Telecom 65 e é por isso que ele continua sugerindo que você não entre em contato com a Telecom 65, que é a parte que detém o seu dinheiro. Manteremos Você informado quanto a qualquer novidade sobre essa pendência. Atenciosamente, Grant Paul Van Dijk Gerente Geral Esse stanly que ele se refere, trabalhava na empresa tview e foi despedido da empresa."



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Tenho total ciência de que estou lhe dando com um grupo perigoso, por isso peço a ajuda ao ministério publico de Goiás para que possa dar fim a essa quadrilha tao bem articulada que vem fraudando brasileiros a anos, pessoas essas que gastam fortunas em ligações telefônicas, créditos pré-pagos, por acreditar em empresas de fachadas como essas, que sempre ficam em pune. mais por confiar na entidade é que venho fazer a denuncia com base e provas. também sou vítima como tantos brasileiros, tenho em torno de R\$ 30.000,00 a receber, tirando os prêmios de 2007. peço ao MP que seja rápido nessa ação pois só assim terá como pedir o bloqueio das contas das empresas envolvidas no caso, se é que ainda tem fundos. tenho varias outras denuncias a fazer contra esse mesmo formato de programa, falando o ditado popular o buraco é bem mais em baixo do que se podem imaginar. estou aqui a disposição para ajudar e prosseguir com o caso em todos os detalhes possíveis, sou participante desde tipo de programa desde 2007 e sei muito sobre o assunto.

Há, no mesmo sentido, reclamações na página Reclame Aqui, as quais **mencionam expressamente o nome dos corrêus Renato Palesel e José Percival Palesel, e a constante abertura de novas empresas por estes**<sup>21</sup>:

Ganhei 2 prêmios desta produtora um deles ainda em dezembro e outro e janeiro. a empresa avatar que antes cumpria com o combinado e pagava os prêmios agora resolveu novamente deixar de pagar os prêmios assim como foram no passado como as produtoras dos responsáveis Renato Palesel e José Percival Palesel

Cellcast do Brasil

Vipmax do Brasil

Wordstar do Brasil

Eso TV

e agora Avatar Tecnologia

estarei nos próximos dias encaminhando a denuncia ao ministério Publico Federal responsabilizando O Sr. Renato Palesel e Percival Pelesel a quem tem uma imensidão de processos e varias empresas que sempre abrem e depois devido ao grande numero de processos e denuncias acabam deixando de lado de cumprir com as responsabilidades e reabrindo outra e assim sempre foi.

E, também:

<sup>21</sup> [https://www.reclameaqui.com.br/avata-tecnologia/avata-tecnologia-sumiu-e-nao-paga-mais-o-que-deve-de-novo\\_veLfqwH8415AvOm\\_/](https://www.reclameaqui.com.br/avata-tecnologia/avata-tecnologia-sumiu-e-nao-paga-mais-o-que-deve-de-novo_veLfqwH8415AvOm_/), e [https://www.reclameaqui.com.br/avata-tecnologia/ganhei-e-nao-recebi\\_qTq7uNk1J6\\_hablU/](https://www.reclameaqui.com.br/avata-tecnologia/ganhei-e-nao-recebi_qTq7uNk1J6_hablU/), acesso em 05/11/2018.





## MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Eu Silvane de Niterói RJ participei e ganhei no programa Super bônus ainda em 20/12/2017 enviei todas as documentações e foram todas confirmadas e ok. acontece que sempre me dão um prazo e nunca cumprem com o pagamento. já estamos em maio e agora nem telefone atendem mais, não respondem emails, não existe mais comunicação. estão complicando toda a minha vida pois fiz compromisso com o dinheiro e ja estou pagando juros por conta deste descaso desta produtora irresponsável. agora recentemente fiquei mais preocupada ao ler uma matéria dizendo que esta empresa é acostumada a fazer isso, mudam nome da empresa, nome da produtora e depois voltam fazendo td de novo. essas empresas sempre tem o responsável JF PALEISEL. preciso de receber com a máxima urgência!! caso não receba estarei procurando o Ministério Publico e relatando tudo q sei e já pesquisei sobre este grupo.

O mesmo problema ocorreu em relação ao programa produzido pela corré G2PTV<sup>22</sup>:

### GANHEI E NAO RECEBI NADA A NÃO SER UMA CONTA ENORME

G2 PTV

📍 Juazeiro do Norte - CE ID: 20867041 📅 12/09/16 às 10h02 🚩 denunciar

Dia 15/05/2016 resolvi ligar para o programa de TV produzido pela G2PTV, passei mais de duas horas no telefone respondendo respostas ate que enfim fui chamado para participar ao vivo , tenho ate gravado e de cara me falaram que eu já tinha ganho 500 reais, mas pra ganha o premio teria que acertar a palavra que tinha no envelope, na hora em que eu ia falar a ligação caiu, ate ai tudo bem, após uma semana me ligaram solicitado vários documentos assinado para que eu pudesse receber o tal premio de 500 REAIS, fiz tudo como me pediram, tudo foi feito via e-mail enviei todo documentação e me certifiquei que eles tinham recebido, me pediram um prazo absurdo de 90 dias para efetuarem o pagamento, já se passaram mais de 100 dias mandei vários e-mails e não me responderam nada fiquei com um conta absurda, acho isso uma falta de respeito, postarei aqui todos os e-mail trocados e uma lista de ganhadores que obtive no próprio site deles em que consta meu nome, que convocar todos que foram [Editado pelo Reclame Aqui] por essa empresa para nos unirmos em uma mega ação na justiça, segue e-mails + prints.

E-mails:

Boa Tarde Equipe G2PTV , gostaria de uma definição para essa situação pois já esperei o tempo que me pediram, que por sinal, foi BASTANTE TEMPO, QUERO SABER SE VAO ME PAGAR OU NÃO, EVIEI TODOS OS DOCUMENTOS FIZ TUDO O QUE ME PEDIRAM, CASA NÃO HAJA MANIFESTAÇÃO POR PARTE DE VOCÊ ACIONAREI MEU ADVOGADO, PARA QUE ELE POSSA COBRAR JURIDICAMENTE, CONTO COM O BOM SENSO DE VOCES PARA QUE RESOLVAMOS ISSO LOGO, ANTECIPADAMENTE

<sup>22</sup> [https://www.reclameaqui.com.br/g2-ptv/ganhei-e-nao-recebi-nada-a-nao-ser-uma-conta-enorme\\_27Qqj5w4WABg-CP-/](https://www.reclameaqui.com.br/g2-ptv/ganhei-e-nao-recebi-nada-a-nao-ser-uma-conta-enorme_27Qqj5w4WABg-CP-/), acesso em 06/11/2018. No mesmo sentido, Representação 43.161.9025/2017 – Vide resumo contido ao final do índice (Doc. 01) e Doc. 59.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Ainda, considerando que a transmissão do programa ocupa várias horas da TV aberta no período da tarde, e os desafios costumam ser de fácil solução, o público alvo destes programas soem ser pessoas vulneráveis, e não são raros os relatos de idosos<sup>23</sup> e crianças que, encorajadas por saberem a resposta e pela lábria dos apresentadores, fizeram ligações, incautamente, para participar do programa<sup>24</sup>:

Denúncia contra o programa de jogo pela televisão TOP GAME exibido pelo canal aberto REDE BRASIL no dia 20/03/18. Trata-se de uma fraude evidente que vitimiza crianças e pessoas ingênuas, gerando dívidas telefônicas exorbitantes. No meu caso, minha filha de 10 anos fez a ligação inadvertidamente pois o programa é atrativo, lança o desafio de encontrar uma imagem de animal que difere das demais em uma tabela 6x8, com clara correlação com o jogo dos erros jogado por crianças com frequência. Na tela o número de telefone é bem visível, ao lado de um valor de prêmio em reais e com grandes mensagens motivacionais como “esse prêmio é seu!” “Tome uma atitude” “uma única ligação” “faça o telefone tocar” “uma ligação dedicada” “seja persistente” “acredite em você”. Outro absurdo que comprova a tentativa de fraude é o minúsculo espaço reservado às informações de custo e regras, é praticamente ilegível no canto inferior esquerdo e ainda se move rápido misturando-se com outras informações, além disso não há regras claras e destacadas, inclusive a de que é proibido para menores de 16 anos. Gostaria de ressaltar que tal programa é um perigo para as famílias em geral, pois tanto crianças atraídas pelo jogo comum, achando que não há custos ou restrições, quanto adultos e idosos ingênuos são enganados e lesados financeiramente de um modo difícil de contestar pois a cobrança incide sobre a conta de celular e não em um boleto ou conta específica. Além de formalizar esta denúncia, gostaria de receber orientações sobre como proceder para contestar a dívida gerada por uma criança. Atenciosamente

Vale citar também o relato de outra consumidora, a qual narrou ser possuidora de pacote de minutos para fixo e móvel, local e nacional, porém, ao ligar para o programa, teve seus créditos integralmente consumidos e a ligação caiu<sup>25</sup>:

<sup>23</sup> Nesse sentido, Representações n<sup>os</sup> 43.739.4664/2017, 43.161.770/2018, 43.161.846/2017, 43.161.678/2018, 43.739.3748/2018, vide resumo ao final do índice (**Doc. 01**) e cópias (**Doc. 59**).

<sup>24</sup> Relato da médica Camila Rodrigues Jaña, cuja filha ligou para o programa - Representação 43.739.2328/2018 - **Doc. 57**. Com o mesmo teor: Representação 43.161.757/2018 (criança de 09 anos) - **Doc. 59**.

<sup>25</sup> Representação n<sup>o</sup> 37.739.1033/2018 - **Doc. 58**. De conteúdo análogo: Representação 43.739.4420/2018 - Vide resumo ao final do índice (**Doc. 01**) e cópia (**Doc. 59**).



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Procuo este ministério público de São Paulo para fazer uma denuncia contra o direito do consumidor com práticas ilegais, afirmação falsa, propaganda enganosa e induzir o consumidor ao erro, um programa "top game", entre outros programas o qual tem por objetivo apresentar um programa de jogo ao vivo na tv Bandeirantes e Rede Tv o qual o objetivo desse programa é induzir as pessoas acreditarem que ganharão um prêmio em dinheiro se acertar o erro, o qual vários participantes que consegui falar ao vivo erram, ou quando vai falar a resposta correta eles desligam a ligação, as vezes o erro está nitido na tv mesmo assim as pessoas erram. Pra entrar em contato só pode ser com celular com crédito não vale bônus, ao entrar em contato vem um kis cheio de perguntas pra vc responder, até consumidor os seus créditos e a ligação cair. Se eu tenho minutos no meu celular para falar com qualquer operadora de celular e telefone fixo para DDD 11 e fora, porque não posso usar para entrar em contato com esse programa? A operadora de telefonia móvel, tem algum contrato com essa máfia? Para bloquear as ligações com "minutos", e cada minuto de crédito é dividido entre a operadora e a empresa top game e outros programas de jogos?

Que o ministério público de São Paulo seja competente para investigar esse programa e a emissora que autoriza essa prática abusiva e enganosa.

A respeito da desproporcionalidade dos custos de chamada de longa distância utilizando o CSP da *Falkland*, esta Promotoria oficiou outras operadoras indagando o custo por minuto de cada uma.

Em resposta, a Telefônica informou os valores cobrados por minuto nas chamadas de longa distância nacional avulsas (sem pacote), verificando-se que o custo mais alto possível se dá no caso de chamadas realizadas de um telefone móvel pré-pago para um celular de outra operadora, em que o primeiro dígito do DDD de origem da chamada é diferente ao primeiro dígito do DDD de destino (conhecida por VC3), realizada em horário normal (não-reduzido).

Assim, no cenário mais caro possível, o valor máximo homologado por minuto é de R\$ 2,70, e no caso de DDD Pré-pago de outras



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

operadoras (fixo-móvel) seria de R\$ 3,07<sup>26</sup>, o que destoava muito dos valores por minuto cobrados pela *Falkland* em situação análoga, mais que o dobro<sup>27</sup>.

No mesmo sentido, manifestação da TELEMAR<sup>28</sup>, empresa do grupo econômico da OI, a qual informou:

Além disso, necessário pontuar que a chamada realizada pelo consumidor Edu Beber, citada às fls. 14/154, foi efetuada de um terminal fixo na cidade de Campinas (19) 3397-0388 para um móvel na cidade de São José dos Campos (17) 7878-6266, mediante o uso do CSP 91, cujos recursos de numeração e o CSP não pertencem à empresa Oi.

Desta forma, não é possível responder objetivamente ao questionamento deste I. *Parquet*, porém, na tentativa de contribuir com o Órgão, a Oi informa o preço do minuto de um de seus planos de serviço disponíveis em 2014, data da ocorrência dos fatos narrados neste inquérito às fls. 14/154, referente a uma chamada longa distância nacional pelo CSP 31:

	UF	Valores Brutos em R\$/min		Valores Líquidos em R\$/min	
		Horário normal	Horário reduzido	Horário normal	Horário reduzido
Região III	São Paulo	0,96881	0,81552	0,69125	0,58188

Ou seja, ao passo que foi cobrado do consumidor Edu Beber<sup>29</sup> o valor de R\$ 138,10, por aproximadamente 24 minutos de chamada de longa

<sup>26</sup> Doc. 27.

<sup>27</sup> Vide resumo das representações ao final do índice (Doc. 01) e cópias (Doc. 59). Destacadamente: Representações nº 43.739.1878/2018 (cobrança de R\$ 900,00, por uma hora de ligação); 43.739.4420/2018 (cobranças de R\$ 6,00 o minuto, e faturas com valor médio de R\$ 500,00); 43.161.757/2018 (cobrança de R\$ 391,44 por uma ligação feita por uma criança); 43.739.8795/2018 (R\$ 246,00 por uma ligação); 43.739.2748/2018 (R\$ 391,45 por uma ligação feita por uma idosa); 43.161.770/2018 (cobrança de R\$ 173,35 e R\$ 400,00, referente a chamadas realizadas por dois aposentados); e 43.161.658/2018 (R\$328,25 por uma única ligação).

<sup>28</sup> Doc. 30.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

**distância utilizando o CSP 91, a mesma chamada, caso fosse utilizado o CSP 31 da Telemar, teria um custo de R\$ 23,24, quase seis vezes menor.**

Assim, restam evidentes as abusividades e ilegalidades envolvidas na transmissão deste tipo de programa, **cujo modelo consiste em mescla da estrutura dos jogos de azar com publicidade enganosa**. Portanto, impende fazer cessar por completo não somente a exibição do programa, como a estrutura subjacente a este tipo de atividade.

## II.ii. Participação das rés e seus sócios

Destarte, com base nos relatos de consumidores, como os copiados acima, e em informações prestadas pelo PROCON-SP<sup>30</sup> e ANATEL<sup>31</sup>, esta Promotoria notificou a empresa *Falkland (Ip Corp)* para prestar esclarecimentos, pois é a responsável pelo CSP e pelo número de telefone exibido na tela do programa, bem como pelos altos valores cobrados nas contas telefônicas dos consumidores. Em sua manifestação<sup>32</sup>, esta afirmou, em síntese, que é detentora do nome fantasia IP CORP e possui autorização da ANATEL para operar em todo

---

<sup>29</sup> **Doc. 03.**

<sup>30</sup> A Fundação informou a existência de diversas reclamações recebidas no primeiro semestre de 2016 em face da Falkland, as quais referiam-se, primordialmente, a cobranças indevidas/abusivas, dúvida sobre cobrança/valor e publicidade/oferta enganosa – **Doc. 06.**

<sup>31</sup> Ante a informação prestada por alguns consumidores de que foram cobrados sem nem mesmo terem realizado ligações para o programa, oficiou-se à Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), a qual informou que, filtrando os registros por “cobrança de ligação não efetuada” e “São Paulo”, foram localizadas em seu banco de dados 136 (cento e trinta e seis) reclamações, entre 1º de janeiro de 2015 a 30 de maio de 2016 – **Doc. 07.**

<sup>32</sup> **Doc. 04.** Diga-se, uma das únicas respostas prestadas pela empresa durante anos de investigação. Posteriormente, A *Falkland* passou a não mais atender aos ofícios expedidos por este órgão, nem mesmo após intimação de seus sócios, tentativas de entrega pessoal etc. Esta postura, por si só, já denota o pouco apreço que a empresa dispensa às pessoas lesadas e aos órgãos do Sistema de Defesa do Consumidor.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

território nacional, com Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC), nas modalidades local, e longa distância nacional/internacional.

Em sua defesa administrativa, a empresa de telefonia asseverou, ainda, que funcionava como qualquer outra operadora do mercado, sendo detentora do código de seleção de prestadora (CSP) 91, o qual, ao ser utilizado, gera ao optante um custo referente à chamada realizada. Assim, as cobranças seriam mera contraprestação ao serviço de telefonia, e não lhe caberia o controle ou gerenciamento dos motivos que ensejaram a realização das ligações – no caso, para um programa televisivo interativo de gincanas –, ou a duração destas.

Vale dizer, a ré *Falkland (Ip Corp)* não trouxe qualquer explicação para o fato do seu código de prestadora (91) ser exibido na tela, como se formasse parte do próprio número de telefone a ser utilizado para entrar em contato com o programa, de seu custo por minuto para chamadas de longa distância ser totalmente desproporcional ao de suas concorrentes, ou porque **a empresa responsável pelo número de celular exibido na atração pertence ao seu próprio grupo econômico (IP Corp - Radio)**<sup>33</sup>.

Ademais, a reputação da empresa na página “Reclame Aqui” reflete precisamente tais problemas, sendo registradas, desde 2016, **6393 (seis mil trezentas e noventa e três) reclamações** relacionadas a ligações para games e cobranças<sup>34</sup>.

A despeito da isenção alegada pela operadora de telefonia, o sócio proprietário da empresa, Sr. Alexandre Dias de Souza, aduziu, em depoimento prestado no bojo do *Inquérito Policial* 0060665-12.2012.8.26.0050 (6ª PJ Criminal),

<sup>33</sup> Consulta feita para o número (17) 7878-9940, disponível em: <https://www.qualoperadora.net/>.

<sup>34</sup> <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/ipcorp-telecom/>, acesso em 07/11/2018.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

que a produtora responsável pelo programa (na época, a “*Worldstar do Brasil Comunicações Ltda.*”) **mantinha contrato com a sua empresa.**

A informação foi também corroborada pelo depoimento prestado naquele expediente policial pelo sócio de uma das produtoras envolvidas na ocasião (ESOTV<sup>35</sup>), Sr. *Renato Fernandes Palesel*, réu nesta ação. Na oportunidade, este declarou que possuía contrato junto à *Falkland* para realização de programas de televisão, no qual o valor auferido com as ligações dos clientes era distribuído entre as empresas, segundo regras pré-estabelecidas<sup>36</sup>.

Por sua vez, o réu *Luiz Yutaka Seki*, em audiência realizada na 5ª Promotoria de Justiça do Consumidor da Capital - representando a produtora ESOTV -, disse que a *Falkland/IP Corp* era a detentora do software utilizado pelo sistema de perguntas que os telespectadores deveriam responder durante o período que permanecessem na linha tentando participar do programa. Atestou, igualmente, que as cobranças eram feitas através da conta telefônica de cada usuário, e que a produtora era posteriormente remunerada pela IP Corp, que “patrocinava o programa”<sup>37</sup>.

Não bastasse as mencionadas evidências, o contrato celebrado entre a *Falkland* e a ESOTV em 2012<sup>38</sup> demonstra que esta se obriga, na cláusula 1.1., a divulgar “em seus programas de desenvolvimento de interatividade transmitidos nas grades das emissoras de televisão via satélite simultaneamente os códigos CSP (CSP 31 e 91) bem como os números telefônicos disponibilizados exclusivamente por estas

<sup>35</sup> Empresa que foi sócia da ré *Avatar Mobile Technologies* até 02.07.2015 – **Doc. 45.**

<sup>36</sup> **Doc. 08.**

<sup>37</sup> **Doc. 15.**

<sup>38</sup> **Doc. 17.**



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

*Operadoras de Telefonia (Oi e Falkland - IP CORP)*<sup>39</sup>. No mesmo instrumento, estava também previsto que: os números de telefone disponibilizados pela Falkland à produtora ESOTV deverão **ser alterados mensalmente para outro número disponibilizado por aquela** (Cláusula 1.1.1); os canais nos quais o programa será exibido deverá ser **submetido à aprovação prévia da operadora de telefonia** (Cláusula 1.1.2); e, por fim, não poderiam ser distribuídos prêmios de valor superior a R\$ 2000,00 (Cláusula 3)<sup>40</sup>.

No mesmo sentido, consta de instrumento celebrado entre as rés *Falkland IP CORP* e a *G2PTV PRODUÇÕES E EVENTOS LTDA.*, na cláusula 3, que a partir de 26/10/2015 a produtora poderia divulgar no programa “CALL TV”, exibido no Canal Rede Brasil, o CSP 91<sup>41</sup>. Verifica-se, ainda, no terceiro aditamento do contrato de prestação de suporte em telecomunicações, que a produtora ré *G2PTV* faria jus ao repasse no valor de R\$ 0,55 (cinquenta e cinco centavos de real) por minuto, correspondente às ligações recebidas exclusivamente nos três números de telefone pré-determinados, disponibilizados pela Falkland<sup>42</sup>

Outro indício da alta lucratividade do negócio encetado entre as empresas é vislumbrado na cópia do instrumento contratual celebrado entre a *Falkland/IP CORP* com a produtora de programas “interativos” e corré *AVATAR*,

<sup>39</sup> A operadora Oi não foi investigada por esta Promotoria, pois, ao que tudo indica, não participa mais da “parceria comercial” para realização do programa.

<sup>40</sup> Tal previsão somente reforça a constatação de que o prêmio total anunciado, que somente é obtido após a resposta à “pergunta bônus”, **nunca é efetivamente distribuído, patenteando o conteúdo enganoso do programa.**

<sup>41</sup> Doc. 18.

<sup>42</sup> *Idem.* A partir deste dado também ficam claro que: (i) a maior parte da arrecadação destes programas fica com a operadora de telefonia, uma vez que as ligações podem chegar a custar mais de R\$ 6,00 por minuto; (ii) mesmo cabendo à produtora um percentual pequeno da participação nos “lucros”, ainda assim estas conseguem alugar diversas horas da programação em emissora da TV aberta diariamente, **demonstrando a enorme quantidade de pessoas lesadas para “sustentar” esse esquema.**





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

no qual aquela se compromete a adiantar a esta **o valor de 1.900.00,00 (um milhão e novecentos mil reais), pelos minutos gerados em outubro de 2016, nas chamadas para os números móveis contratados**<sup>43</sup>.

Ou seja, se, **em um único mês**, a ré **AVATAR**, que pelo visto fica com a “menor fatia do bolo”, recebeu quase dois milhões de reais mensais, pode-se imaginar o lucro auferido pela **Falkland** com o programa, **bem como a enorme dispersão de pessoas lesada para se alcançar esta cifra**. Aliás, a lucratividade obtida pela empresa **Falkland** é notável, existindo nos autos notícia de, em plena crise, um aumento de seu capital social em 2016, de R\$ 1.950.000,00 (um milhão novecentos e cinquenta mil reais) para R\$ 19.955.000,00 (dezenove milhões novecentos e cinquenta mil reais)<sup>44</sup>, e de que esta solicitou, em 2017, autorização à ANATEL para aumento de seu capital social mediante a compra de uma *Offshore*<sup>45</sup>.

Por seu turno, quando se manifestou nos autos do inquérito civil, a ré **AVATAR** afirmou possuir “expertise” no desenvolvimento de programas de televisão com interatividade junto ao telespectador, os quais são exibidos por alguns canais. Esclareceu que a participação se dava por meio de ligações para um

<sup>43</sup> **Doc. 19.** Havia no inquérito, ainda, outros contratos prevendo repasse de valores pela IPCORP às produtoras.

<sup>44</sup> Conforme ficha cadastral da empresa registrada na Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP) – **Doc. 44.**

<sup>45</sup> **Doc. 09.** Não se está com isto afirmando que a empresa não possua outras fontes lícitas de faturamento, busca-se apenas destacar a grande quantidade de dinheiro movimentada por estes “Game Phones”. Ademais, há na rede mundial de computadores notícias de outras supostas associações da empresa a atividades ilegais, notadamente envolvendo a justiça eleitoral: “As empresas Falkland Tecnologia em Telecomunicações S/A e Ipcorp Serviços Empresariais S/A, acusadas pelo TRE-RJ de praticarem ataques via telemarketing aos candidatos a governador Lindbergh Farias (PT) e Marcelo Crivella (PRB), já foram protagonistas de um escândalo investigado pela Justiça Eleitoral. As duas empresas são acusadas pelo TRE de terem feito milhares de ligações para eleitores de Itaboraí antes das eleições para prefeito de 2012”. Fonte: <https://extra.globo.com/noticias/brasil/eleicoes-2014/empresa-que-fez-ataques-de-telemarketing-candidatos-ja-foi-investigada-pelo-tre-13798729.html>



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

número de celular<sup>46</sup> em São José do Rio Preto, e era necessário “acumular pontos” respondendo a perguntas, e o telespectador que estivesse em primeiro poderia entrar ao vivo e, se acertasse a pergunta feita na hora, ganhar o prêmio<sup>47</sup>.

Defendeu também que, em pleno século XXI, “apenas” deu outra roupagem às clássicas competições culturais, como o Show do Milhão, por exemplo, possibilitando a participação dos consumidores sem que estes saíssem de casa. Contudo, há uma nítida diferença entre os “jogos” citados, pois a inscrição no Show do Milhão é gratuita, as pessoas são sorteadas para participar, os prêmios são efetivamente pagos, e o programa tem por escopo conquistar audiência e, por conseguinte, contratos de publicidade, não se sustentando com base nos prejuízos dos potenciais participantes!

Dentro da lógica do negócio aqui exposto, cabe às produtoras dos referidos programas interativos, as rés *Avatar* e *G2PTV*, a responsabilidade pela compra dos horários de exibição junto às emissoras de televisão, sem a intervenção formal da *Falkland/Ip Corp*, conforme evidenciado nas informações prestadas pela *Rede Brasil* – informando já ter celebrado contrato com a *G2PTV*<sup>48</sup>–, e pelos diversos comprovantes de pagamentos realizados pela *ESOTV* à *Companhia Rio Bonito Comunicações (Nome Fantasia: CANAL TERRAVIVA)* – a título de “Exibição Nacional de Comerciais”, conforme notas fiscais acostadas ao inquérito civil<sup>49</sup>.

<sup>46</sup> A utilização de um número celular para participação no programa é outro detalhe que **somente se presta a elevar ainda mais os custos das ligações dos consumidores**, sendo pouco crível que a operadora e as produtoras não pudessem dispor de um número de telefone fixo.

<sup>47</sup> Doc. 34.

<sup>48</sup> Doc. 21.

<sup>49</sup> Doc. 20.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

No mesmo sentido, ao ser interpelada por esta Promotoria, a *Rádio e Televisão Bandeirantes* informou que era apenas retransmissora do programa “Game Phone”, cuja responsabilidade, inclusive no tocante à distribuição dos prêmios e controle dos ganhadores, recaia totalmente sobre as ora rés *Avatar Mobile* e *G2PTV*, com quem a emissora possui acordo comercial para cessão do espaço na programação.

No Inquérito Civil encaminhado a esta Promotoria pelo Ministério Público de Santa Catarina<sup>50</sup>, constava cópia do contrato entre a Rede Bandeirantes e a rés *Avatar Mobile* e *World Conteúdo Digital Holding Ltda.*, prevendo a cessão de horários na programação daquela para a transmissão de 129 programas, sendo propositalmente ocultado da cópia o valor pago a este título (cláusula 3). No instrumento há, ainda, uma cláusula de confidencialidade, vedando às partes prestar informações a terceiros sobre a natureza, objeto ou andamento do contrato, bem como **estipulações para o caso de o programa deixar de ser exibido em razão de ordem judicial que determine a suspensão da veiculação.** Ou seja, o conteúdo do programa é tão duvidoso que, antes mesmo deste ir ao ar, já se antevia contratualmente uma possível intervenção judicial.

Importante consignar que a transmissão pela TV Bandeirantes do programa “Game Phone” foi encerrada em 1º/03/2018<sup>51</sup>, o que não impediria que viesse a retornar no futuro, como já ocorreu e outras oportunidades<sup>52</sup>. Todavia, a emissora não foi incluída no polo passivo desta ação devido à celebração de Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, nos autos do ICP nº 714/2016, visando “*o encerramento da*

<sup>50</sup> Peças de informação 43.161.658/2018 – Vide **Doc. 59.**

<sup>51</sup> **Doc. 22.**

<sup>52</sup> A Band exibiu em momentos distintos, desde 2016, os programas “Game Phone”, “Super Bônus” e “Top Game” e “Qual é o desafio”.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

*transmissão do programa de que trata o procedimento, bem como de outros de conteúdo análogo*<sup>53</sup>. Assim, estariam minimamente resguardados pelo acordo também os interesses difusos de seus futuros telespectadores.

A ré *TV Ômega (REDE TV!)* informou nos autos do inquérito civil, igualmente, não ser responsável pelo “TOP GAME”, pois somente comercializa o horário em sua grade transmissão para a produtora independente responsável, qual seja, *G2PTV Produções e Eventos Ltda.*<sup>54</sup> Na ocasião, a emissora também apresentou as três gravações do Programa já mencionadas, e cópia do mapa de mídia (contrato) vigente entre a emissora e a G2PTV, todavia, sem revelar os valores recebidos pelas inserções do programa em sua grade<sup>55</sup>.

No curso das investigações apurou-se, ainda, a existência de procedimentos em trâmite no Ministério Público Federal sobre os mesmos fatos, razão pela qual foi realizada reunião conjunta com aquela instituição para debater o tema. Na ocasião, averiguou-se que o Programa “Super Bônus” (antes denominado “Qual é o Desafio” e “Game Phone”) foi aparentemente removido da grade de Programação da TV Bandeirantes, contudo, o programa similar intitulado “Top Game”, seguia sendo exibido pela Rede TV<sup>56</sup>.

Vale salientar, a patente abusividade e má-fé de tais programas, não só mobilizou os telespectadores, como representou um enorme dispêndio de recursos públicos (sejam financeiros ou humanos), ensejando a abertura de investigações em quase todos os Ministérios Públicos Estaduais, no Ministério Público Federal, Advocacia Geral da União, ANATEL, PROCONS, não se

<sup>53</sup> Doc. 29.

<sup>54</sup> Doc. 23.

<sup>55</sup> Doc. 28.

<sup>56</sup> Doc. 25.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

olvidando também a grande quantidade de ações individuais de consumidores, que dão entrada mensalmente no Poder Judiciário de todo país.

A prática também não passou despercebida pelo Poder Legislativo. Nesse sentido, a cópia, recebida nesta Promotoria, das notas taquigráficas de pronunciamento do Vereador Claudinho de Souza, na 83ª Sessão Ordinária da Câmara, no dia 21 de fevereiro de 2018, *in verbis*:

*“existem algumas coisas que deixam as pessoas indignadas pela demora da ação de quem de direito, daquele que deveria resolver os problemas da Cidade. E o que deixa as pessoas mais indignadas é quando a dificuldade não é tão grande, mas falta vontade política, falta visão – às vezes, como nesse caso, até judiciária – para esclarecer as pessoas que elas não sejam enganadas como estão sendo.*

*Numa das rodas de conversa, as pessoas me falaram de um sistema de sorteio que existe na televisão chamado Master Game, Top Game, alguma coisa assim. Fui pesquisar no Facebook e constatei que existem inúmeras reclamações de pessoas que **estão sendo enganadas diariamente, várias vezes por dia, seduzidas por um chamamento em que a pessoa, em sua dificuldade, vislumbra a possibilidade de ganhar algum dinheiro para sanar suas dívidas pessoais. Mas aquilo é um truque, não existe; fiz inclusive, um teste para constatar como funciona.***

*A pessoa telefona e fica retida no telefone por 30 minutos, seduzida pela expectativa de ganhar dinheiro, e, do outro lado, as pessoas ficam fazendo perguntas idiotas – ‘O Neymar é de natação ou de futebol?’, ‘a gema do ovo é branca e amarela’ -, segurando a pessoa e, **enquanto isso o tempo da bilhetagem do telefone está contando.** E algumas pessoas ligam – dizem eles que são ligações ao vivo – e erram, embora a resposta esteja muito clara, o que deixa caracterizado que quem ligou, na realidade, não está concorrendo a nada.*

*Isso deve ser investigado pelo Ministério Público. Se os produtores do Programa são irresponsáveis, ladrões, estelionatários, não sei, **mas a TV, que é compromissada com as instituições, deveria fazer uma revisão da seriedade desses programas, para não permitir que as pessoas continuem sendo roubadas.***

*É um absurdo que esse tipo de truque funcione há mais de 20 anos. Será que ninguém prestou atenção ao fato de que isto é um dolo, um roubo, **um ataque às pessoas mais humildes, que são seduzidas por aquele convite por não deter tantas informações?***



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

*Uma pessoa esclarecida, com certeza, passa pelo canal e nem presta atenção.*

***Mas venho avaliando há algum tempo e creio que o Poder Público tem a obrigação de tomar providências***<sup>57</sup>.

Assim, a conduta aqui narrada é uma corrente de três elos: a operadora de telefonia *Falkland/IP CORP*, que realiza contrato de parceria e divisão dos lucros da bilhetagem com as produtoras *Avatar* e *G2PTV*, as quais, por sua vez, pagam à *Rede TV* pela locação de espaços na sua grade para exibição dos programas.

Evidente, portanto, que todas as rés auferem lucro e são corresponsáveis pelas diversas lesões causadas aos consumidores.

---

<sup>57</sup> Doc. 26.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

**III - DO DIREITO**

**III.i. PRELIMINARES**

**A) Da legitimidade do Ministério Público**

Como se observa, há dois tipos de pretensões deduzidas na presente demanda:

(i) obrigação de não fazer, consistente na abstenção das rés de produzir e transmitir o programa atualmente veiculado, bem como qualquer outro que se valha da mesma sistemática, o que se consubstancia em interesse de natureza difusa;

(ii) condenação genérica de reparar os danos enfrentados por consumidores, nos casos em que o prejuízo decorrente das ligações efetuadas para o programa com a utilização do CSP 91, ou pela ausência de pagamento do prêmio, já ocorreram, tutelando interesse de caráter individual homogêneo.

Assim, ao passo que o primeiro pedido se volta ao presente e futuro, apenas o terceiro diz respeito ao passado, e, portanto, aos prejuízos já experimentados de fato por consumidores.

É notório que há um elevadíssimo número de pessoas já afetadas pela participação nos programas aqui combatidos. Porém, é igualmente patente que a manutenção destes ou a produção e transmissão futura de outros programas de conteúdo similar possuem o condão de lesar também a um número **indeterminado** e **indefinido** de consumidores que estarão a ele expostos.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Destarte, a universalidade de potenciais consumidores que podem ser afetados diz respeito a interesses que se diferenciam substancialmente dos direitos individuais homogêneos, caso em que já houve lesão. Ainda assim, estão presentes ambos interesses no presente feito, vez que, como exposto acima, há milhares de pessoas que já se sentiram lesadas pelo programa e sofreram prejuízos materiais pelas cobranças das ligações com valores exorbitantes; e, de outro lado, a continuidade da atividade empresarial das rés com utilização do mesmo estratagema, segue expondo um número indeterminado de consumidores à possibilidade de vir a sofrer danos.

A potencialidade lesiva latente deste tipo de “atração” caracteriza justamente o interesse difuso que se busca tutelar por meio desta, o que não poderia ser feito em qualquer ação individual que, além de ser uma tutela já meramente repressiva, está adstrita aos lindes subjetivos da causa. Assim, os efeitos da pretensão coletiva desta demanda transcendem os consumidores já afetados, possuindo também **faceta preventiva**.

Desse modo, a ação civil pública tem dupla finalidade, a preventiva e a precípua de evitar propagação de ações individuais e a ocorrência de situações sociais conflitivas que possam gerar desequilíbrio e incerteza na sociedade. Com efeito, “o tratamento coletivo de interesses e direitos comunitários é que efetivamente abre as portas à universalidade da jurisdição”. Portanto, esta ação civil pública visa resolver, por intermédio de um só processo, um grande conflito social ou vários conflitos individuais, vinculados por laços de homogeneidade, evitando a proliferação de ações individuais padronizadas e imprimindo celeridade e economicidade à prestação jurisdicional, evitando sobrecarga desnecessária no volume do serviço judiciário. Fala-se, assim, no princípio do máximo benefício da tutela jurisdicional coletiva comum.





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

As denominadas ações de massa, por envolverem interesses coletivos, objetivam, portanto, conferir solução homogênea a conflitos semelhantes, de forma mais ágil e com menos custos. Evita-se, com isso, que o Judiciário continue a julgar de forma individual, mediante a repetição incessante dos mesmos pedidos, das mesmas contestações e das mesmas sentenças. Inclusive, tal preocupação permeou o as discussões envolvendo o Código de Processo Civil em vigor, que resultou na criação de novos instrumentos com objetivo semelhante, tais como o incidente de resolução de demandas repetitivas.

A ação coletiva objetiva precisamente evitar a adoção de prática lesiva corriqueira por parte dos “fornecedores”, frente à vulnerabilidade dos consumidores, notadamente em decorrência da especial proteção dispensada pelos diplomas legislativos, bem como visando ampliar o acesso à jurisdição para pessoas vulneráveis. Precisamente, seja porque se veiculam interesses coletivos *lato sensu* e difusos na demanda, ou porque mesmo os individuais, em razão da amplitude do número de lesados, se convertem em interesses de relevância social, forçoso que se reconheça a legitimidade ativa do Ministério Público *in casu*.

Esta Promotoria de Justiça recebe diariamente representações de diversos consumidores<sup>58</sup>, estes continuam a ser lesados no decorrer das investigações, e, inclusive, após a propositura de ação civil pública. Assim, o inquérito civil não é instaurado devido a um único caso se este for de natureza totalmente disponível, porém, verificada a dispersão de lesados apresenta-se a relevância social, que atrai a atribuição do *Parquet* para atuar no feito.

Daí resulta o interesse social, que legitima esta Promotoria – na verdade, impõe a sua atuação – na defesa de tais interesses metaindividuais dos

---

<sup>58</sup> Vide **Doc. 59**.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

consumidores, pois a **atividade dos empresários fornecedores no mercado de consumo de massa, quando desviada da licitude, não raro dissemina lesões a uma infinidade de consumidores que, isoladamente, são de todo impotentes para obter a correção jurídica do comportamento lesivo.** A atuação na defesa dos interesses coletivos *lato sensu* objetiva, como consequência, que o agente lesante avalie seu comportamento antissocial de forma a refreá-lo, evitando novos danos a futuros consumidores, sem mencionar o inegável efeito preventivo geral gerado por tal sorte de decisão e **a reparação pelos danos impingidos à coletividade, com caráter punitivo e desestimulador,** por vezes não obtido nas ações individuais.

Interessa, então, a toda a sociedade, que o próprio Estado, por intermédio do Ministério Público, que tal missão recebeu do Constituinte de 1988, intervenha, judicial ou extrajudicialmente, para o restabelecimento da ordem jurídica e da paz social, em atenção aos pressupostos do Princípio do Acesso à Justiça e da Universalidade da Jurisdição. Diante do moderno direito processual, impende reconhecer a legitimidade e o interesse na defesa de interesses difusos, coletivos *stricto sensu* e individuais homogêneos, função esta que é conferida institucionalmente pelo artigo 127 da Constituição da República.

## B) Da ausência de litispendência e coisa julgada

Como visto, a atuação das rés e seus sócios movimentou o poder público na última década. Assim, verificou-se a existência de algumas ações civis públicas ajuizadas com o intuito de tutelar este tipo de situação.

De início, cumpre mencionar a ação ajuizada pelo Ministério Público do Rio de Janeiro (Processo nº 0360355-75.2012.8.19.0001), que tramitou na Segunda Vara Empresarial da Capital, em face de *Companhia Rio Bonito de*



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

*Telecomunicações S.A. (CANAL TERRA VIVA)*, em razão da transmissão do programa “Lig”<sup>59</sup>.

Em referida ação, o Canal Terra Viva alegou sua ilegitimidade passiva, uma vez que não era responsável pelo conteúdo do programa, e não era beneficiário dos custos oriundos da participação do telespectador ao realizar ligações telefônicas para o programa, que eram pagos à empresa *Falkland Tecnologia em Comunicações*.

Todavia, tal preliminar restou afastada, reconhecendo a r. sentença a responsabilidade solidária do Canal Terra Viva, e, no mérito, a procedência do pedido para condenar a emissora: a se abster de exibir o programa “Lig”, ou qualquer outro de conteúdo análogo; ao pagamento de R\$1.000.000,00 (um milhão de reais), a título de dano moral coletivo; e a indenizar, da forma mais ampla e completa possível, os danos materiais e morais causados aos consumidores individualmente considerados.

Interposta apelação pela ré, a condenação restou mantida por unanimidade pelo E. TJRJ. A decisão ainda não transitou em julgado, pois está pendente o julgamento dos Agravos de Despacho Denegatório de Recurso Especial e Extraordinário.

Não obstante, inexistente qualquer litispendência, no caso, com esta ação, pois a condenação genérica daquela somente alcança, como substituídos processuais, aos telespectadores do Programa “Lig”. De igual modo, o limite subjetivo da demanda impede **somente** que o próprio Canal Terra Viva volte a

---

<sup>59</sup> Doc. 36.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

transmitir programas análogos, **todavia, a proibição não alcança as produtoras de tais programas, a operadora Falkland IP Corp, e tampouco a outras emissoras.**

Por essa razão, a despeito da existência de título executivo provisório em razão daquela condenação, as ora rés não foram por ele atingidas, e, como visto, seguem produzindo e transmitindo programa análogo.

De igual modo, a ação ajuizada pela Advocacia Geral da União (Processo nº 5022587-70.2010.404.7100), em face de *TELEVISÃO URBANA LTDA., WORLD STAR DO BRASIL COMUNICAÇÕES LTDA., FUNDAÇÃO CASPER LÍBERO (TV GAZETA) e RÁDIO E TELEVISÃO OM (REDE CNT)*, a qual tramitou na 4ª Vara Federal de Porto Alegre<sup>60</sup>.

Impende ressaltar que, no bojo desta ação civil pública, foi realizada tentativa de conciliação, consistente na assunção de compromisso pelas requeridas de: retirar da tela a palavra “garantido”, durante a exibição do programa; informar que as ligações poderiam ser feitas por qualquer operadora; informar o valor da ligação de cada estado pela operadora “IPCORP (CSP 91); informar que se trata de chamada de longa distância para um número de celular de São José do Rio Preto; e explicar dentro do conteúdo artístico, a cada dez minutos de exibição, as regras de participação no programa.

Na mesma audiência, as partes se comprometeram a apresentar, diretamente à União e ao Ministério Público Federal, o programa piloto, sendo determinada a suspensão da eficácia da medida liminar, durante o prazo fixado para realização do acordo. Contudo, a **União noticiou o descumprimento das deliberações pelas demandadas, e, diante disso, manifestou desinteresse no**

---

<sup>60</sup> Doc. 37.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

**prosseguimento do acordo e solicitou a reativação da liminar e o prosseguimento da ação.**

Assim, a ação foi retomada, culminando na sentença que julgou parcialmente procedente o pedido para determinar que as rés adotassem as seguintes providências:

a) a cada 10 minutos de exibição do programa, informem claramente as regras do jogo, especialmente que a participação “ao vivo no programa” se sujeita à resolução prévia de “questionário cultural”, via telefone, no qual o telespectador deve ser o melhor classificado no índice de acertos;

b) que prestem informação dos valores da ligação realizada por meio da operadora IP CORP (código (091), com a utilização de gerador de caracteres, de forma legível e constante, ou seja, durante toda a apresentação do programa;

c) que prestem informação, com a utilização de gerador de caracteres de forma legível e constante, durante toda a apresentação do programa, de que a ligação pode ser realizada por meio de qualquer operadora;

d) que prestem a informação, por meio de gravação, no momento em que a pessoa liga para o número indicado, dos valores da ligação realizada por meio da operadora IP CORP (código (091) e de que a ligação pode ser realizada por meio de qualquer operadora;

e) que se abstenham de usar a palavra “GARANTIDO”, ou qualquer outro termo ou expressão que induza o consumidor a imaginar que receberá o prêmio com a simples ligação.

Além dessas medidas, as requeridas foram condenadas, solidariamente, a ressarcir os custos das ligações efetuadas pelos consumidores para os programas “EASY QUIZ”, “QUIZ TV” e “SUPER GAME”, bem como ao pagamento de indenização no valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Esta condenação foi confirmada em segunda instância, já transitou em julgado e, atualmente, encontra-se em fase de cumprimento de sentença.

Depreende-se, todavia, que referido título executivo definitivo **não implica em obrigações a absolutamente nenhuma das rés da presente ação!!!**

As ações acima citadas tinham o condão de *regulamentar* a exibição de tais programas, tendo por escopo corrigir vícios de informação. Contudo, tal questão não é passível de ser sanada, pois **estes programas somente existem, e se sustentam, a partir dos prejuízos causados aos participantes. Se mostra inconciliável, portanto, a continuidade destes “games” com a devida proteção aos consumidores, com a própria dignidade da pessoa humana, e a boa-fé objetiva.**

Vale dizer, a problemática envolvendo este tipo de atração não se centra em mera falha no dever de informação, e sim em verdadeira prática abusiva, cumulada com publicidade enganosa, **consubstanciadas num esquema eivado de má-fé. Tal conduta não se coaduna com os anseios sociais, nem pode ser aceita em face das garantias constitucionais conferidas à coletividade consumidora.**

**Digno de destaque, novamente, a ausência da ré Falkland/IP Corp no polo passivo destas duas ações.** Possivelmente, em razão dos anos em que foram propostas (2010 e 2012), ainda não estava tão claro o papel fundamental que esta operadora desempenha na manutenção deste esquema arrecadatório ilegal. Entretanto, com o passar do tempo resta cada vez mais evidente sua



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

participação indissociável nesse projeto, que também contempla, potencialmente, crime contra a economia popular<sup>61</sup>, e contra as relações de consumo<sup>62</sup>.

Nessa toada, a terceira ação civil pública intentada, manejada pelo Ministério Público de Santa Catarina (Processo nº 0277699-25.2013.8.21.7000), se diferenciava das demais justamente pela inclusão da *Falkland/Ip Corp* no polo passivo, além da produtora *ONE BRASIL MÍDIA INTERATIVA S.A.* (antiga *VIPMAX DO BRASIL COMUNICAÇÕES LTDA*), e das emissoras *REDE BANDEIRANTES DE TELEVISÃO* e *FUNDAÇÃO CASPER LÍBERO (TV GAZETA)*<sup>63</sup>.

Todavia, tal ação foi, *data vênia*, equivocadamente extinta sem julgamento do mérito, em razão do reconhecimento de litispendência com a já mencionada ação proposta pela Advocacia Geral da União. Mesmo não se tratando das mesmas partes, o TJRS entendeu que existia entre elas coincidência da causa de pedir (falta de informação aos telespectadores, sendo citado em ambas o programa “Quiz TV”) e dos pedidos, que se centravam na obrigatoriedade de exibir de maneira clara aos telespectadores: a sujeição da participação à resposta prévia de um *quiz* cultural e o tempo médio de duração deste; de informar que se trata de ligação interurbana, o custo da ligação por minuto e as tarifas cobradas; a possibilidade de utilização de qualquer operadora de longa distância; e, por fim, na condenação a título de dano moral coletivo.

<sup>61</sup> Artigo 2º, inciso IX, da Lei nº 1.521/51: “*obter ou tentar obter ganhos ilícitos em detrimento do povo ou de número indeterminado de pessoas mediante especulações ou processos fraudulentos (“bola de neve”, “cadeias”, “pichardismo” e quaisquer outros equivalentes)*”.

<sup>62</sup> Artigo 7º, inciso VII, da Lei 8.137/1990: “*induzir o consumidor ou usuário a erro, por via de indicação ou afirmação falsa ou enganosa sobre a natureza, qualidade do bem ou serviço, utilizando-se de qualquer meio, inclusive a veiculação ou divulgação publicitária*”.

<sup>63</sup> **Doc. 38.**



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

No tocante à falta de identidade de partes entre as ações, entendeu aquele Tribunal que deveria ser mitigada, pois, no que tange às ações coletivas, para efeitos de reconhecimento de litispendência, dever-se-ia levar em conta os beneficiários da sentença (substituídos), e não as partes indicadas.

Tal entendimento, salvo melhor juízo, **mostra-se incorreto**. Primeiro, porque, como ressaltado, as demais ações não possuíam como parte a operadora de telefonia *Falkland*, que é um componente vital no funcionamento desta operação, e responsável pelos lucros que permitiram a sobrevivência destes jogos na última década. Segundo, porque, talvez por ignorar o mecanismo de funcionamento destes jogos – baseado na constante troca da emissora onde são exibidos, e das pessoas jurídicas responsáveis (produtoras)<sup>64</sup> –, acreditou-se que futuros consumidores porventura lesados poderiam se beneficiar da habilitação para execução da condenação genérica daquele título, ou do transporte “*in utilibus*” da coisa julgada para as ações individuais. Contudo, isto não ocorre, na realidade, pois, como extensamente frisado, as produtoras responsáveis por estes programas soem desaparecer, e são prontamente substituídas por outras, e há, também, grande alternância nos canais transmissores.

**A título exemplificativo, um consumidor lesado pelos programas atualmente no ar (ex. Top Game) não poderia se beneficiar do título obtido na ação da AGU, uma vez que o programa não é tecnicamente o mesmo, a produtora responsável também não é a outrora ré Worldstar (e sim a G2PTV), e este não é transmitido pela TV Gazeta ou Rede CNT (e sim pela Rede TV!). Por conseguinte, resta nítido que NÃO HÁ COINCIDÊNCIA ENTRE OS SUBSTITUÍDOS PROCESSUAIS NAQUELAS AÇÕES E OS DESTA!**

<sup>64</sup> Ao longo desta peça, já devem ter sido mencionadas até este ponto ao menos dez pessoas jurídicas distintas responsáveis pela produção destes jogos.





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Deste modo, a exibição do programa em desacordo com o que foi determinado naquele julgado não pode ser imputada ou oposta a nenhuma dessas empresas: às que naquela ação figuraram, pois não estão atualmente descumprindo o título; e, por sua vez, às que hoje descumprem o comando material exarado naquela condenação, porque não são por ela alcançadas, devido às limitações subjetivas da demanda.

Além desta intransponível barreira, que não permite aos atuais e futuros afetados aproveitar a tutela das ações já propostas, o aresto do TJRS ignorou que estas ações civis públicas, como discorrido no item anterior ("A"), não se prestam apenas a vindicar interesses individuais homogêneos, pois, além da atuação repressiva (voltada ao passado), tem escopo preventivo, voltando-se à precaução de lesões futuras, resguardando, com isto, também a interesses de natureza difusa.

Com efeito, somente pela falta de identidade de partes, já não haveria litispendência ou coisa julgada, em razão dos pontos acima delineados, e também porque em nenhuma das ações houve o, neste caso imprescindível, pedido de desconsideração da personalidade jurídica, para que o título atingisse também os sócios das produtoras, impedindo, assim, que estes continuassem constituindo novas pessoas jurídicas para prosseguir com as práticas ilícitas.

Some-se a isto, ainda, as substanciais diferenças na causa de pedir e pedido desta ação, que não se baseiam na falha do dever de informação, e sim na abusividade e ilegalidade que constituem o verdadeiro núcleo das atrações deste tipo, e que, por serem a real essência destes jogos, não podem ser corrigidas ou consertadas.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Há nesta demanda, ademais, pedido ignorado em outras oportunidades, justamente em razão da diferença da causa de pedir entre as ações, relativo às lesões sofridas por consumidores que efetivamente conseguiram participar do programa e acertaram os desafios, entretanto, nunca receberam seus prêmios, sendo francamente prejudicados pelo desaparecimento "de fato"<sup>65</sup> das produtoras responsáveis.

Portanto, impossível cogitar-se de eventual litispendência ou coisa julgada em relação à presente ação, sobretudo em atenção aos **princípios próprios e informadores do Processo Coletivo, tais como os Princípios do Interesse Jurisdicional (ou Primazia) no Conhecimento do Mérito e o da Máxima Efetividade.**

### C) Da necessidade de desconsideração da personalidade jurídica

Como já introduzido ao longo da exordial, outro ponto focal deste tipo de atração – e que passou ao largo das demais ações civis públicas ajuizadas – foi a constante alternância, substituição ou mesmo alteração da razão social das produtoras responsáveis por este tipo de atração.

Esta peculiaridade supôs grande dificuldade nas investigações intentadas nos últimos anos, e é, a nosso ver, uma das razões pelas quais o poder público não logrou, até o momento, banir este tipo de atração nociva e causadora de grandes prejuízos à população.

---

<sup>65</sup> Apesar de constituírem novas pessoas jurídicas para perpetuar a prática, as produtoras anteriormente utilizadas seguem existindo para fins "de direito", pois não chegaram a ser formalmente extintas, apenas desaparecem, e deixam de atender às demandas dos consumidores, conforme reclamações já mencionadas ao longo desta peça vestibular.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Como visto, há absoluta “fungibilidade” e interpolação entre as produtoras responsáveis pelo programa. A título ilustrativo, somente em relação à cognição que coube esta Promotoria durante as investigações, cabe elencar as pessoas jurídicas de alguma forma mencionadas pelo envolvimento em atrações deste estilo, ainda que por participação societária em outras sociedades:

- 1) *Worldstar do Brasil Comunicações Ltda.*<sup>66</sup>;
- 2) *Sun Alliance Comunicação Ltda.*<sup>67</sup>;
- 3) *ESOTV Brasil Promoção Publicidade e Licenciamento Ltda.*<sup>68</sup>;
- 4) *AVATAR Mobile Technologies*<sup>69</sup>;
- 5) *G2PTV Produções e Eventos EIRELLI (antiga Gasy Produções e Eventos)*<sup>70</sup>;
- 6) *One Brasil Mídia Interativa S.A. (antiga M.A.I.S.P.E. Empreendimentos e Participações S.A.)*<sup>71</sup>
- 7) *TVIEW Mídia do Brasil Ltda.*<sup>72</sup>;
- 8) *Cellcast Brasil Comunicações Ltda. (antiga M.S. Lighting Representação Comercial Ltda.)*<sup>73</sup>;
- 9) *World Conteúdo Digital Holding Ltda. (antiga Brazil Interactive Media Participações Ltda.)*<sup>74</sup>;
- 10) *Full Solutions Consultoria em Marketing Ltda.*<sup>75</sup>;

---

<sup>66</sup> Doc. 51.

<sup>67</sup> Doc. 54

<sup>68</sup> Doc. 49.

<sup>69</sup> Doc. 45.

<sup>70</sup> Doc. 47.

<sup>71</sup> Doc. 54.

<sup>72</sup> Doc. 52.

<sup>73</sup> Doc. 50.

<sup>74</sup> Doc. 46.

<sup>75</sup> Doc. 54



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

- 11) R.F. Palesel Marketing<sup>76</sup>; e
- 12) Owi do Brasil Sistemas de Informatização Ltda. (antiga One World Interactive do Brasil Ltda.)<sup>77</sup>

Além das 12 pessoas jurídicas acima citadas, as quais pela quantidade e diversidade assumem praticamente o papel de “laranjas”, há evidências também da participação, ainda que indireta, das seguintes empresas sediadas no exterior:

- (i) *Brazil Interactive Media Inc.* (empresa sediada em New Jersey e Miami, e sócia da ré *World Conteúdo Digital Holding Ltda.*, com participação de R\$ 99.990,00 no capital social)<sup>78</sup>;
- (ii) *Brazil Investment Holdings LLC*<sup>79</sup>;
- (iii) *Cellcast UK* (Reino Unido)<sup>80</sup>;

<sup>76</sup> **Idem.**

<sup>77</sup> **Doc. 53.**

<sup>78</sup> Segundo noticiado pela *Bloomberg*, a *Brazil Interactive Media Inc.* seria responsável, por meio de suas subsidiárias, pela produção e distribuição de Programas de TV interativos, além de monetizar o tráfego de chamadas gerado para provedores de telecomunicações: “*Company Overview - As of September 29, 2014, Brazil Interactive Media, Inc. was acquired by Hollister & Blacksmith, Inc., in a reverse merger transaction. Brazil Interactive Media, Inc., through its subsidiaries, produces and distributes live TV shows using interactive media technology, primarily in Brazil. Its live TV shows include quiz shows, games, psychics, and live chat formats, which are transmitted via satellite to its television broadcaster distribution channels. The company leases 2 satellite uplinks and produces 3 daily live shows, providing 13 hours of live television program content daily. Brazil Interactive Media, Inc. is headquartered in Miami, Florida.*”. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=232696372>, acesso em 28/09/2018. E: “*Through its platform, the Company manages the entire process from concept to national broadcast and monetizes call traffic generated for telecommunications providers*” - <https://www.prnewswire.com/news-releases/naturewell-incorporated-announces-name-change-to-brazil-interactive-media-inc-completes-reverse-stock-split-209649121.html>, acesso em novembro de 2018.

<sup>79</sup> <https://www.marketwatch.com/press-release/10-qa-brazil-interactive-media-inc-2014-09-05>, acesso em novembro de 2018. Neste mesmo link, é narrado que a *Brazil Interactive Media Inc.* (BIMI) funcionou como uma “*shell company*” entre os anos de 2008 a 2013, deixando de sê-lo após a aquisição da empresa *Brazil Interactive Media e Participações Ltda.* no Brasil, a qual, por meio de sua subsidiária *ESOTV*, produziria programas de televisão ao vivo com tecnologia de mídia que permite gerar receita a partir de um componente interativo de ligações telefônicas.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

- (iv) *Kalitheia Holdings Limited* (sócia da *Worldstar do Brasil*, sediada na Ilhas Virgens Britânicas<sup>81</sup>);
- (v) *Full Productions Business Inc.* (foi sócia da *ré AVATAR ATÉ 26/08/2014*, sediada nos Estados Unidos)<sup>82</sup>;
- (vi) *Tview Media Limited* (Sócia da *Tview Mídia do Brasil*, sediada em Londres);
- (vii) *One World Interactive International Limited*.<sup>83</sup> e *Arcola Holding S.A.*<sup>84</sup> (já foram sócias da *One World Interactive do Brasil Ltda.*, que, por sua vez, era sócia da *Cellcast Programas e Serviços Interativos Ltda.*<sup>85</sup>).

Ao que tudo indica, tais programas tiveram participação de empresas estrangeiras desde sua gênese, sendo as primeiras participações deste tipo patrocinadas por capital internacional. Nesse sentido, o primogênito “*Insomnia*”, foi produzido pela inglesa *Cellcast*, como mencionado anteriormente, já contava com a participação do ora réu *José Percival Palesel*, que à época declarou que: “*o sistema é capaz de atender, simultaneamente, 4.500 telefonemas. O*

<sup>80</sup> Sócia da *Cellcast Programas e Serviços Interativos Ltda.* e *Cellcast Brasil Comunicações Ltda.* - **Doc. 50.**

<sup>81</sup>As Ilhas Virgens Britânicas são notoriamente conhecidas como um paraíso fiscal. Ademais, segundo consta da ficha da *Worldstar* na JUCESP, no arquivamento registrado em 28/09/2000, o réu José Percival era o representante desta empresa: “18092000 SR. *JOSE PERCIVAL PALESEL RETIRA-SE DA SOCIEDADE NA QUALIDADE DE SOCIO PERMANECENDO COMO REPRESENTANTE DA SOCIA KALITHEIA HOLDINGS LIMITED.*” - Vide **Doc. 51**

<sup>82</sup> Esta empresa consta da base de dados “*Offshore Leaks Database*” da ICIJ (*International Consortium of Investigative Journalists*), mencionada no escândalo conhecido como “*Panama Papers*”, e possui como país relacionado o Brasil. Disponível em: <https://offshoreleaks.icij.org/nodes/10129543>, acesso 11/10/2018 - **Doc. 42.**

<sup>83</sup> Sediada em St. Helier, nas Ilhas Jersey - cf. **Doc. 53**

<sup>84</sup> Sediada no Panamá - cf. **Doc. 53**

<sup>85</sup> **Doc. 50.**



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

*tempo médio das ligações varia de três a quatro minutos. Mas não há limite de tempo. Hoje, o programa tem um arquivo de quatro mil perguntas*<sup>86</sup>.

Possivelmente por gerar menos receita do que a esperada, as empresas idealizadoras das primeiras atrações do gênero parecem ter cessado, paulatinamente, seu envolvimento na produção dos “Game Shows” brasileiros. Todavia, o réu *José Percival Palesel* e outros envolvidos parecem ter se utilizado da “*expertise*” adquirida nesta fase, para seguir idealizando e lucrando com programas desta natureza.

Em apoio a esta premissa, está o documento disponível na página da Agência Federal Norteamericana SEC (*Securities and Exchange Commission*)<sup>87</sup>, consubstanciado em instrumento particular de confissão de dívida, datado de 2013.

Segundo consta do documento, antes de sua aquisição pela *Brazil Interactive Media Inc.*, a *EsoTV* firmou um acordo comercial de cooperação com empresas do grupo *Cellcast UK*, por meio do qual esta produziria um programa de televisão nas instalações da *EsoTV* em São Paulo. Em contrapartida, a *Cellcast UK* pagaria pela transmissão de mídia e certos custos de produção de um ou mais programas de televisão, e a *EsoTV* realizaria a aquisição de tempo de bloqueio de mídia de transmissão, instalações operacionais, interconectividade de telecomunicações e capacidade de transmissão. O lucro da parceria seria dividido igualmente entre as duas, após o reembolso do investimento inicial aportado pela empresa inglesa. Como parte do empreendimento conjunto, um empréstimo de

<sup>86</sup> <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/verso/premios-so-para-quem-nao-para-de-ligar-1.287110>, acesso em 08/11/2018.

<sup>87</sup> Documento completo, em inglês, disponível em: [https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/945617/000072174813000889/ex10\\_1settlementagmt.htm](https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/945617/000072174813000889/ex10_1settlementagmt.htm) - Doc. 39.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

capital de giro inicial foi feito pela *Cellcast UK* à *EsoTV* no valor de US\$ 170.000 (cento e setenta mil dólares), documentado em uma nota promissória e garantida por um penhor sobre os ativos da *EsoTV*, e, ainda, teria sido realizado um adiantamento dos fundos de compra de mídia no montante de US\$ 220.000 (duzentos e vinte mil dólares norteamericanos).

Todavia, os programas de televisão produzidos no âmbito da parceria foram cancelados, resultando em perdas econômicas para as partes, as quais, após o cancelamento da produção, entraram em desacordo em relação ao reembolso do capital envolvido. Sobre isto versa o instrumento de confissão de dívida formalizado em 03 de setembro de 2013, figurando a *Brazil Interactive Media Inc* como garantidora (fiadora), no qual a *ESOTV* reconheceu dívida de US\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil dólares) à *Cellcast UK*, e se comprometeu ao pagamento parcelado do montante.

Para contextualizar o documento acima citado, cabe mencionar que a *EsoTV* foi produtora de alguns programas do estilo *quiz* no Brasil, entre eles o “*Game Mania*”, porém, não foi incluída como ré nesta ação, pois não está **diretamente** vinculada às atrações veiculadas **atualmente**. Todavia, seus sócios são, ninguém menos, que os ora réus *Renato Fernandes Palesel* e *World Conteúdo Digital Holding Ltda.*, e, até 17/02/2014, também tinha em seu quadro societário o réu *José Percival Palesel*<sup>88</sup>.

Vale dizer, também, que a ré *Avatar Technologies* possui como sócios, atualmente, os réus *Renato Fernando Palesel* e a empresa *Worldstar Conteúdo Digital Holding Ltda.* Todavia, os corréus *José Percival Palesel* e *Luiz*

---

<sup>88</sup> Doc. 49.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

*Yutaka Seki*<sup>89</sup>, figuram como sócios até 26/08/2014 e 05/04/2018, respectivamente.

Percebe-se que, das empresas acima mencionadas, foi possível estabelecer algum tipo de relação dos réus *José Percival Paleses* e *Renato Palesel*, ainda que por interpostas pessoas jurídicas por eles administradas, com, no mínimo, 07 (sete) das empresas brasileiras, e 03 (três) das estrangeiras. **Assim, resta nítido que os réus se utilizam de diversas empresas para enriquecer às custas da população mais vulnerável, configurando pleno abuso da personalidade jurídica destas.**

Além disso, o capital social da ré *AVATAR* não é condizente com a lucratividade de tais programas, pois, consoante sua ficha cadastral na Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP), foi fixado em apenas R\$ 10.000,00 (dez mil reais)<sup>90</sup>. Resta pouco crível que uma empresa com este capital social consiga comprar horários na TV aberta, em uma emissora do porte das Rede Bandeirantes e Rede TV.

Por sua vez, a ré *World Conteúdo Digital Holding* possui capital declarado de **R\$ 100.000,00 (cem mil reais)**<sup>91</sup>. No entanto, é sócia da *ESOTV*, com **participação na sociedade no valor de R\$ 1.408.590,00 (um milhão quatrocentos e oito mil e quinhentos e noventa reais), conjectura absolutamente inconciliável!**

<sup>89</sup> Frise-se que, apesar de não constar do quadro societário da *ESOTV* (**Doc. 49**), o réu *Luiz Yutaka Seki* já compareceu, na qualidade de representante desta, em audiência realizada na 5ª Promotoria de Justiça do Consumidor da Capital, relacionada ao Inquérito Civil nº 14.161.145/2011, conforme ata copiada à fl. 364 do IC anexo. Além disso, já compôs também o quadro societário da produtora *Worldstar do Brasil Comunicações* (**Doc. 51**).

<sup>90</sup> Vide **Doc. 45**. A título comparativo, a produtora *ESOTV*, que já foi responsável por programas do mesmo estilo, e pertence também à família dos réus Palesel, possui capital social de R\$ 1.410.000,00 (um milhão quatrocentos e dez mil reais).

<sup>91</sup> **Doc. 46**.





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Além disso, há uma complexa confusão societária entres as pessoas jurídicas utilizadas pelos réus *José Percival Palesel* e *Renato Palesel*, que, além de participarem em uma dezena de sociedades, como sócios diretos ou administradores (por meio de pessoas jurídicas interpostas, por eles controladas), constantemente saem e retornam à estas. Por exemplo, ambos são sócios da ré *World Conteúdo Digital*, que, por sua vez, é sócia da ré *AVATAR* e da *ESOTV*, e, por seu turno, ambas têm como sócio, novamente, o réu *Renato Palesel*. Ademais, a *Worldstar* possui como sócia a empresa estrangeira *Brazil Interactive Media Inc.*, que, ao que tudo indica, é representada no país pelo réu *José Percival Palesel*.

Para melhor ilustrar, pede-se *vênia* para citar trecho de um despacho, exarado em um cumprimento de sentença promovido pela associação *ABIMAQ*, em que figuram como executadas as empresas *Worldstar do Brasil* e *Full Solutions Consultoria em Marketing*, atreladas aos réus e irmão *José Percival* e *Renato Palesel*:

“Vistos.

1. Em cognição sumária, constata-se confusão societária e grande relação existente entre o executado JOSÉ PALESSEL e a sociedade FULL SOLUTIONS., razão pela qual fica mantido o bloqueio.

Primeiro, há grande confusão societária, pois a sociedade acima indicada e MS LIGHTING eram sócias recíprocas, ou seja, uma da outra.

Segundo, o co-executado JOSÉ era sócio da primeira e administrador da segunda (fls. 810), até mesmo depois de sua retirada desta.

Terceiro, a CELLCAST UK, sócia da CELL CAST, atual denominação de MS LIGHTING, única sócia da FULL SOLUTIONS, teve o co-executado JOSÉ atuando como seu procurador (fls. 795).

Quarto, um dos ex-sócios da FULL SOLUTIONS, pessoa que adquiriu as cotas do co-executado JOSÉ, se chama CRISTIOVALDO e, para se tornar sócio da ATLAS TELECOM SERVIÇOS E TELECOMUNICAÇÕES e ATLAS NETWORK SERVIÇOS DE MULTIMÍDIA, adquiriu cotas de GENI SOUZA, pessoa que indica residir no mesmo endereço do co-



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

executado **RENATO, irmão de JOSÉ** (fs. 205, 216 e 253, 353, 369, 371).

Quanto aos terceiros indicados, em pesquisas realizadas no TRIBUNAL DE JUSTIÇA, JUCESP e na RECEITA FEDERAL, constatou-se o seguinte:

- CRISTIOVALDO, além de não ter patrimônio condizente com sua condição de sócio de sociedades com grande capital social, não foi encontrado em diversas demandas em face dele distribuídas, sendo sempre citado por edital, bem como já possuiu três números diferentes de CPF;

- GENI DE SOUZA, sequer apresentou declarações para cálculo do imposto de renda e, mesmo assim, é sócia de outras sociedades com grande capital social; mas também, não é encontrada para citação nas demandas contra ela distribuídas, sendo que em uma delas a CELLCAST foi incluída no polo passivo da demanda.

Por fim, devem ser consideradas as alegações contidas na petição de fls. 78/96 e documentos de fls. 97/185, que **confirmam a confusão societária e coincidências entre sócios, administradores e procuradores das sociedades em questão, bem como de seus sócios, e os co-executados JOSÉ e RENATO.**

Considerando o que foi acima exposto, constata-se que JOSÉ já foi sócio da FULL SOLUTIONS, administrador da MS LIGHTING, atual sócia daquela, e procurador da CELL CAST UK, uma das sócias da MS LIGHTING. Enquanto ROBERTO, irmão daquele, possui o mesmo endereço residencial que GENI SOUZA, que passou suas cotas da ATLAS para CRISTIOVALDO que, após adquirir as de JOSÉ, passou a ser sócio da FULL SOLUTION.

2. Aguarde-se a citação da INTERPOOL, devendo a credora providenciar os meios necessários para cumprimento do ato.  
Int.”<sup>92</sup>

Em relação aos réus *Guilherme Pinto de Araújo Filho* e *Sylvia Maria Dolores de Carvalho Araújo*, sócio e ex-sócia<sup>93</sup> da produtora *G2PTV Produções e Eventos*, não há evidências do seu envolvimento com outras produtoras, porém, ao que tudo indica, seguem o mesmo “*modus operandi*” das demais. Além disso, é digno de contraste a vultosa quantia em dinheiro que esta

<sup>92</sup> Processo nº 0110683-96.2003.8.26.0100, disponível no Sistema E-Saj. Grifos nossos.

<sup>93</sup> A ré se retirou da sociedade em 02/03/2017, todavia, é igualmente responsável, vez que participava desta durante a exibição do Programa “Top Game” – **Doc. 47.**



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

produtora movimentada e auferida com o programa – permitindo-lhe alugar diariamente diversas horas na programação de um canal aberto como a **Rede TV!** – com o capital social declarado pela empresa antes de sua transformação para EIRELLI, que, segundo a ficha cadastral da JUCESP, estava fixado no montante de **apenas R\$ 2.000,00 (dois mil reais)**<sup>94</sup>.

Com a transformação da **G2PTV** de Ltda. para EIRELI, em 02/03/2017, verifica-se que, sem nenhum arquivamento correspondente na ficha cadastral, o capital social foi, de maneira inusitada, fixado agora em R\$ 95.000,00 (noventa e cinco mil reais), valor quase cinquenta vezes maior!

Ou seja, os capitais sociais declarados pelas réas **AVATAR**, **G2PTV** e **World Digital Holding**, além de incompatíveis com as atividades exercidas<sup>95</sup>, se mostram ínfimos frente ao número de pessoas lesadas pelo programa, demonstrando que, no caso de eventual condenação, as empresas não terão capital suficiente para arcar com os valores cominados.

A Desconsideração da Personalidade Jurídica é objeto do caput e do § 5º do art. 28 do CDC, pois os parágrafos 2º, 3º e 4º, versam sobre a matéria de responsabilidade subsidiária ou solidária.

As hipóteses legais de incidência da desconsideração contidas no art. 28 são as seguintes: **(a) abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito, violação de estatutos ou contrato social;** (b) falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocadas por má administração; e **(c) qualquer hipótese em que a personalidade da pessoa**

<sup>94</sup> *Idem.*



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
*PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL*

**jurídica seja, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.**

O pressuposto de todas as hipóteses acima arroladas é a lesão de interesses do consumidor.

Ora, na espécie acham-se presentes os pressupostos insertos no art. 28 do CDC, porquanto os fatos e as circunstâncias da lide evidenciam, de modo bastante claro, que as empresas e seus sócios agiram com abuso de direito e infração à lei, bem como que a personalidade jurídica pode ser um óbice à efetividade de eventual provimento jurisdicional de ressarcimento dos consumidores.

É patente nos autos a utilização da pessoa jurídica pelos corréus de maneira desvirtuada, como forma de obter vantagem financeira indevida, em detrimento dos consumidores, sem comprometimento de seu patrimônio individual. **Como visto, os réus se valeram de diversas pessoas jurídicas para manter tal prática ativa nos últimos dez anos, existindo, ainda, severos indícios de que o dinheiro arrecadado em prejuízo dos consumidores brasileiros acabe sendo levado para empresas fora do país.**

Os requeridos, em violação ao postulado da boa-fé objetiva e aos regramentos do Código de Defesa do Consumidor, atuam em prejuízo da sociedade brasileira e em desconformidade com o ordenamento jurídico, evidenciando o dolo de, em detrimento de uma gama multitudinária de consumidores, obter vantagem patrimonial indevida.

Logo, havendo responsabilidade pessoal dos corréus, justifica-se a inclusão dos sócios no polo passivo da ação, de modo a assegurar-lhes o



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

contraditório e a ampla defesa, porque, sem dúvida, possuem interesse jurídico no desfecho da lide.

Assim, diante do histórico dos réus e do conjunto probatório coligido aos autos, indicando a utilização da autonomia jurídica da sociedade para lesar e fraudar consumidores, além do evidente desvio de finalidade, nos termos do artigo 50 do CC/02, e até mesmo como forma de não obstaculizar a integral reparação dos danos causados - artigo 28, § 5º, do CDC -, faz-se imprescindível a desconsideração da personalidade jurídica, com a consequente arrecadação dos bens dos sócios, e **também para que estes sejam compelidos não constituir novas pessoas jurídicas com o mesmo propósito, de modo a impedir nova burla aos provimentos jurisdicionais.**

### III.ii. DO MÉRITO

É sabido que nosso país adotou o capitalismo como sistema econômico de desenvolvimento, garantindo a livre concorrência e a livre iniciativa àqueles que optam por explorar atividade empresarial para sua efetivação (art. 170, *caput*, da Constituição da República). Não obstante, a mesma Constituição limitou a concorrência e a iniciativa empresária, entre outras medidas, ao respeito pelo consumidor e seus interesses (art. 170, V, da Constituição da República).

*Assim, em toda atividade econômica deve ser promovida a defesa do consumidor, seja pelo particular espontaneamente, seja pela atuação estatal*<sup>96</sup>.

Seguindo essa linha de proteção constitucional ao livre mercado e ao consumidor, concomitantemente, o Código de Defesa do Consumidor, em seu

<sup>96</sup>ANDRADE, Ronaldo Alves de. Curso de direito do consumidor, São Paulo: Manole, 2006, p. 01.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

art. 4º, traçou como objetivo (Política) a harmonização dos interesses de fornecedores e consumidores (inc. III), reconhecendo a vulnerabilidade deste último (inc. I).

Como ensinam Cláudia Lima Marques, Herman Benjamin e Bruno Miragem, *a Constituição Federal de 1988, ao regular os direitos e garantias fundamentais no Brasil, estabelece em seu art. 5º, XXXII, a obrigatoriedade da promoção pelo Estado (Legislativo, Executivo e Judiciário) da defesa do consumidor. Igualmente, consciente da função limitadora desta garantia perante o regime liberal-capitalista da economia, estabeleceu o legislador constitucional a defesa do consumidor como um dos princípios da ordem econômica brasileira, a limitar a livre iniciativa e seu reflexo jurídico, a autonomia de vontade (art. 170, V)<sup>97</sup>.*

Conforme já extensamente discorrido nesta peça vestibular, os jogos televisivos exibidos com participação de todas as rés são uma mescla entre jogos de azar e os antigos telefonemas para os números 900 ou 0900 (disk amizade, horoscopo etc).

Tanto a telefonia quanto as telecomunicações por meio de canais de televisão são concessões federais caracterizadas pela **prestação de serviços públicos essenciais que visam, precipuamente, promover o bem-estar da coletividade**. Todavia, a exibição dos programas em tela são **um evidente desvirtuamento das funções sociais inerentes à concessão destes serviços**.

Nessa senda, como bem destacado pelo i. Procurador da República, em recomendação para retirada dos jogos da programação televisiva:

<sup>97</sup> Comentários ao código de defesa do consumidor. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 147.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

“A finalidade do serviço público de telefonia não pode ser desviada para fazer cobrança no interesse de promotora de jogo de azar”<sup>98</sup>

A existência deste tipo de programa, por conseguinte, não pode se enquadrar na definição legal de prestação de serviços, muito menos de serviço público essencial, chegando a ser um desserviço.

Nesse contexto, a postura que a ré *Falkland* vem adotando nos últimos dez anos é francamente oposta ao interesse social inerente à atividade por ela desenvolvida. Verifica-se que esta não se dedica a realizar publicidade comum de seus serviços para promover a utilização pelos usuários de seu Código de Seleção de Prestadora para chamadas de longa distância, como o faz a concorrência, dentro do que seria uma conjectura legítima de prestação do serviço de telefonia. Ao contrário, adota valores de tarifas muito superiores à concorrência, utilizando-se da promoção prioritária da exibição do seu CSP (91) em jogos de conteúdo duvidoso, cuja natureza do serviço prestado se afasta totalmente do núcleo atividade de telecomunicação, exercida na condição de concessionária.

Para citar outros exemplos da atuação empresarial da *Falkland/IP Corp*, cabe aqui mencionar que esta já manteve também contrato com o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT – Canal 4 de São Paulo), tendo por escopo o programa “*Páreo da Sorte*”, exibido por este e produzido pela produtora *Responsfabrikken Serviços de Telecomunicações LTDA*. A atração em questão diferenciava-se dos CallTV no estilo “quiz”, objeto desta ação, contudo, os envolvidos no “negócio” eram remunerados da mesma forma, **por meio do faturamento gerado com a bilhetagem das chamadas para os números de acesso**

<sup>98</sup> Disponível em: [https://www.conjur.com.br/2008-set-23/mpf\\_paulista\\_redetv\\_nao\\_transmitir\\_gameplay](https://www.conjur.com.br/2008-set-23/mpf_paulista_redetv_nao_transmitir_gameplay), acesso em 26/09/2018.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

móvel trafegados nas plataformas disponibilizadas pela *Falkland/IP Corp*, a qual era responsável por repassar os valores às demais partes. Há inclusive previsão contratual (cláusula 9.5) de que: “Na hipótese do negócio, dentro de 6 (seis) meses não atingir no mínimo 10.000,00 (dez mil minutos) nos números disponibilizados pela IP CORP, considerar-se-á automaticamente rescindido”<sup>99</sup>.

Ademais, mesmo dentro da lógica da utilização do serviço telefônico unicamente com o escopo de participação no programa, há suspeitas de que a ré tenha, em algumas oportunidades, se desviado da finalidade.

Cabe salientar a obrigação legal e recíproca entre as operadoras de praticar serviços de interconexão nas chamadas de longa distância. E, adentrando tal paralelo, há no inquérito civil que respalda esta ação, notícia da existência de processo administrativo no âmbito da ANATEL envolvendo a *Falkland/IP CORP* e a operadora TIM, no qual esta alegou que os valores devidos àquela a título de interconexão deveriam ser afastados, pois a empresa **estaria se beneficiando de tráfego gerado de forma artificial e fraudulenta**<sup>100</sup>.

Na época, a Agência Reguladora levantou suspeitas de fraude na atuação da *Falkland*, pois, conforme cópias do Processo para Apuração de Descumprimento de Obrigações (PADO) nº 53504.012385/2011<sup>101</sup>, o Relatório de Fiscalização constatou que **chamadas supostamente de longa distância estariam sendo entregues diretamente na URA do usuário, na mesma localidade onde foram realizados, conduta que acaba por alterar de maneira artificial a natureza da chamada de longa distância Nacional para Local, desvirtuando os aspectos técnicos da interconexão.**

<sup>99</sup> Doc. 24

<sup>100</sup> Doc. 11.

<sup>101</sup> Doc. 16.





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Ou seja, da análise de 602 chamadas completadas para a rota da produtora de games *WORLDSTAR*, somente 03 foram efetivamente encaminhadas para São José do Rio Preto, as demais foram rejeitadas e reencaminhadas via rota local por meio de cabo, não obstante serem tratadas externamente (e cobradas) como se fossem chamadas interurbanas de longa distância.

Em virtude de fatos análogos, a operadora TIM chegou a ajuizar ação em face da *Flakland*<sup>102</sup>, narrando a exordial que, com o fim de viabilizar suas atividades, as empresas de telecomunicações utilizam-se da chamada interconexão. Sustentou a autora (TIM) que, apesar de não ter firmado contrato de interconexão com a ré (FALKLAND) para utilização de sua rede de Serviço Móvel Especializado (SME), vinha lhe disponibilizando rotas de interconexão, tendo esta lhe solicitado interconexão com central telefônica de fabricação Talk Telecom para as áreas de registro 21 e 31, não homologado para o SME. A TIM afirma que, em 2011, constatou o aumento exponencial do tráfego “sainte” (originado) em sua rede e destinado aos terminais de SME da Falkland, inclusive tráfego de longa distância nacional, e que em menos de 4 meses este uso teria aumentado mais de dez vezes, utilização que não seria suportada pela rede e, portanto, haveria indícios de que a maioria das chamadas originadas da rede TIM destinadas ao SME da Falkland, foram desviadas para a rede de Serviço Telefônico Fixo Comutado da Falkland, e, com essa manobra, teria tentado auferir uma receita irreal e indevida.

Em momento anterior, a TIM também havia juizado, perante o TRF 1ª Região, ação com pedido de tutela antecipada, inicialmente concedida para atribuir feito suspensivo a um recurso administrativo da TIM, para sustar a

<sup>102</sup> Processo nº 0019232-89.2012.4.03.6100 - Doc. 40.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

quantia devida à *Falkland* em razão da interconexão, de aproximadamente 1,5 milhão de reais mensais, alcançando, no total, **a vultosa quantia de 30 milhões de reais**. No caso, a TIM protestava pela prévia fiscalização da empresa para constatar fraudes e irregularidades, uma vez que **a curva de consumo de utilização da rede, que antes era inexistente, teve um incremento inexplicável e desproporcional, passando de zero a 7 milhões de minutos, em abril de 2011<sup>103</sup>, o que geraria à *Falkland*, somente naquele mês, um lucro de dois milhões de reais<sup>104</sup>.**

Não se pretende aqui adentrar o mérito sobre se o valor da interconexão era ou não devido. Todavia, com os elementos levantados em referidas ações, resta evidente que esta **lucratividade súbita** da empresa foi proporcionada pela exibição de um programa de *Call TV*, pois é pouco crível que uma grande gama de usuários da TIM, de um mês para o outro, tenham começado a utilizar espontaneamente os caros serviços de longa distância da *Falkland*.

Este viés de comportamento verifica-se, também, na forma de proceder das rés em relação aos consumidores. Isto é, constitui-se patente prática abusiva, pois, por vezes, se aproveitam da deficiência de julgamento e experiência de crianças, adolescente, idosos e pessoas mais vulneráveis, o que é vedado pelo CDC, que em seu artigo 39, inciso IV, proíbe ao fornecedor "***prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços***".

As alegações das rés dos programas consistem apenas em concursos culturais interativos, como muitos outros da televisão, **é falaciosa, como**

<sup>103</sup> Nesta mesma época, maio de 2011, a *Falkland* teve um aumento considerável de seu capital social, bem como alterou sua forma societária de sociedade Limitada para Anônima, conforme ficha cadastral da JUCESP - **Doc. 44**.

<sup>104</sup> Decisão do Processo origem 0000514-16.2013.4.01.3400 e do Agravo de instrumento 0039191-33.2013.4.01.0000, vide **Doc. 41**.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

resta **comprovado** pelos já citados instrumentos contratuais celebrados entre as partes, cujos termos evidenciam que os lucros auferidos com os *Call Tv* provêm, justamente, dos prejuízos de milhares de consumidores. Nesse sentido, **as atrações não podem ser consideradas como um concurso cultural, e ainda menos como uma distribuição gratuita de prêmios**.

As atrações propagadas atualmente pelos réus desempenham papel ocupado em outras épocas pelos famosos números 900 ou 0900 – Disk Tarô, Amizade, Tele-Sexo, sorteios, etc., hoje felizmente bloqueados –, e não contribuem de nenhuma forma para incutir conceitos de cidadania ou difundir conceitos educacionais aos usuários. Pelo contrário, **incentivam insidiosamente a participação e depauperam orçamentos de trabalhadores buscando, indeclinavelmente, o lucro fácil, auferindo somas extraordinárias com os desserviços impostos ao consumidor desavisado**.

Nem mesmo como jogo de azar se prestam, antes as evidências de que os ganhadores enfrentam diversas dificuldades para receber os prêmios, o que não ocorria nem mesmo em bingos ou cassinos, atualmente banidos pelo ordenamento jurídico. Nesse sentido, representação formulada pelo consumidor Luis Fernando, narrando ter ganhado prêmio de R\$ 500,00 da ré *G2PTV*, o qual nunca foi recebido, além de arcar com prejuízo de R\$ 1700,00, gasto com as ligações para o programa e o envio da documentação exigida para o “suporte recebimento do prêmio”<sup>105</sup>.

A corroborar a grande semelhança entre os game shows objeto desta ação e os concursos telefônico por meio dos antigos números 0900, os quais

<sup>105</sup> Representação 43.161.9025/2017 – Vide resumo das representações (**índice - Doc. 01**) e cópia (**Doc. 59**).



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

eram tidos como uma operação lotérica ilegal, veja-se trechos da inicial da ação civil pública ajuizada à época pelo Ministério Público Federal em São Paulo:

*"1. É público e notório que alguns serviços de "disque" ou "tele", que operam em níveis especiais, como 900 e 0900, vêm lesando os consumidores e agindo em desrespeito às regras do Código de Defesa do Consumidor.*

*2. É sabido que em alguns anúncios do tipo "disque sexo", a publicidade continua chegando aos consumidores através das televisões.*

*3. Estes anúncios na televisão, por não informarem sobre a tarifação, e os provedores, quando completada a ligação, por não informarem sobre os valores que serão cobrados, ferem frontalmente a legislação de defesa do consumidor".*

*(...) 8. Existem também dificuldades no controle de certos serviços resultantes de convênios da Embratel, em nível internacional - em especial os serviços tipo "disque sexo", que operam a partir de Provedores instalados em Porto Príncipe, na Moldávia.*

*(...) Em lugar de a própria administração, ou concessionária, implantar os condicionamentos e limites, atribui esta obrigação às empresas contratantes, que "determinam o valor do serviço e são responsáveis pelo seu conteúdo, qualidade da mensagem, informação prestada e divulgação" (site da TELESP), premiadas, ainda, com o prazo de três anos para se adaptar ao Código de Defesa do Consumidor...*

*Seis anos de abusos não foram suficientes para fazer mover o governo, para que já estivesse em vigor a mais elementar proteção ao usuário do serviço público de telefonia.*

*Entretanto estas medidas singelas impediriam o uso não autorizado do serviço, possibilitando ao usuário reflexão sobre as consequências de sua adesão. O fim destes abusos reduziria a absurda e imoral lucratividade que os concessionários têm obtido às custas da fragilidade e da ausência de informação do consumidor".*

Por seu turno, a responsabilidade solidária da emissora ré **Rede TV!** quanto aos programas exibidos na sua programação é manifesta, uma vez que o art. 18 do do CDC prevê a responsabilidade solidária e objetiva a todos os fornecedores que tenham participado na cadeia de consumo. No mesmo sentido, o art. 20 do citado diploma: *"o fornecedor de serviços responde pelos vícios de*



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

*qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária”*

A abusividade e má-fé na prática adotada pelas requeridas beira aos crimes contra as relações de consumo, e possui abrangência nacional, ante a veiculação até mesmo nos canais de televisão aberta, cujo funcionamento se dá por concessões da União<sup>106</sup>.

Destarte, as emissoras de TV são corresponsáveis, mormente quando não deixam claro aos consumidores que não são as idealizadoras do programa, circunstância não depreendida facilmente pelo telespectador. Demais disso, ao vender esses espaços em sua programação, estão permitindo lesão a direitos da sua própria audiência, a qual, iludida pela credibilidade e grande porte do canal, acaba acreditando na lisura e confiabilidade do jogo. Confira-se a respeito o trecho da sentença da, anteriormente mencionada ACP, ajuizada pela AGU<sup>107</sup>:

*“Quanto à forma utilizada pelo programa, perguntas de fácil solução e oferecimento de prêmio em dinheiro era, de fato, eficaz para recrutar os participantes (evento 1, OUT 2 e OUT 3), escudado na credibilidade que as emissoras de televisão possuem e explorando a ganância dos telespectadores, os quais são seduzidos pela possibilidade de obtenção de lucro fácil, tal qual ocorre com as vítimas de estelionato, quando são ludibriadas por pessoas hábeis em argumentar”.*

<sup>106</sup> Consigne-se que há entendimento de que a venda de horários na programação da TV, para alguns especialistas, seria ilegal, uma vez que a locação destes espaços contraria a constituição, já que os canais de rádio e TV são concessões públicas.

<sup>107</sup> Doc. 37.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Além disso, ainda que não participem diretamente dos resultados financeiros do programa, lucram com a cessão paga do espaço em horários nobres e caros dentro da programação, cujo custeio, *prima facie*, somente é possível devido aos valores elevados de ligações cobrados dos telespectadores. Aplica-se analogicamente ao caso a súmula 221 do Superior Tribunal de Justiça: “São civilmente responsáveis pelo ressarcimento de dano, decorrente de publicação pela imprensa, tanto o autor do escrito quanto o proprietário do veículo de divulgação”.

Nesse sentido, a já citada sentença da ACP ajuizada pelo Ministério Público do Rio de Janeiro em face de *Companhia Rio Bonito de Telecomunicações S.A. (CANAL TERRA VIVA)*, em razão da transmissão do programa “Lig”, o qual divulgava o CSP 91, da *Falkland*: “é indubitável a concorrência do canal televisivo para a causa do dano, uma vez que, além de levar ao consumidor a programação, a credibilidade do canal fica associada ao programa exibido de forma indissociável pela perspectiva do consumidor, e aquele que *aufer* lucros indiretos em razão da lesão perpetrada a este”<sup>108</sup>.

A delicadeza do tema reside na reiteração de programas deste tipo, sempre acompanhados das mesmas reclamações por parte dos consumidores.

Frise-se que, antigamente, eram exibidos programas com **estratégia lucrativa e abusividades muito similares aos jogos aqui em análise**, consistentes em sorteios televisivos que se revestiam de “pseudofinalidades filantrópicas”, cuja participação se dava por meio de ligações para um número 0900, de custo muito mais elevado que o de uma ligação comum. O Tribunal Regional Federal da 3ª Região entendeu abusiva tal conduta, em sede de julgamento de apelação de ação civil pública ajuizada pelo MPF:

<sup>108</sup> Doc. 36.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

DIREITO CIVIL E CONSTITUCIONAL. CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. **SORTEIOS TELEVISIVOS - 0900. ENTIDADES FILANTRÓPICAS. INVESTIGAÇÃO DE IRREGULARIDADES. LEI 5.768/71. PORTARIAS MINISTÉRIO DA JUSTIÇA Nº 413/97 E 1285/97. PRÁTICA ABUSIVA. DANOS MATERIAIS ADEQUAÇÃO. REPARAÇÃO DEVIDA. VIOLAÇÃO DOS DIREITOS DOS CONSUMIDORES. REMESSA OFICIAL. DANO MORAL COLETIVO CONFIGURADO. CONDENAÇÃO MANTIDA.**

1 - *A questão fulcral da presente Ação Civil Pública é aferir a compatibilidade das Portarias nºs 413/97 e nº 1285/97, editadas pelo Ministro da Fazenda com 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, estabelecendo normas de proteção à poupança popular, em razão de sorteios televisivos pelo sistema "0900", consideradas ilegais pelo Ministério Público Federal, consoante apurado em Inquérito Civil. Alega o Parquet Federal que as corrés atuaram de forma lesiva aos interesses dos consumidores, sendo a entidade filantrópica "mera despesa", pois o benefício e proveito econômico arrecadado pelo sistema de concursos voltavam-se para os organizadores dos sorteios.*

(...) 5 - *O procedimento adotado para a realização dos sorteios, em prol das entidades filantrópicas, era pelo sistema telefônico 0900. Os fatos apresentados colocam o consumidor como o destinatário de determinado bem, o qual por meio da chamada pelo sistema 0900, disponibilizada para todo o território nacional, era convencido a participar dos sorteios, concorrendo a esses prêmios, sem qualquer ônus. Para concorrer bastava o consumidor responder as mais diversas perguntas veiculadas pela emissora de televisão, como, por exemplo, o resultado de uma partida de futebol, ou respostas dentro de um determinado contexto que poderia ser um "sim" ou um "não", ou, ainda, tendo por base o resultado da Loteria Federal. Uma vez sorteado, na entrega do prêmio, os ganhadores deveriam comprovar, por meio da conta telefônica quitada, o registro da ligação feita.*

6 - *Embora o "0900" se afigure como um serviço de valor adicionado, não é a modalidade e conceito desse serviço que se discute na análise do procedimento em julgamento, mas a forma como esse serviço foi colocado à disposição do usuário do sistema de telefonia, ou seja, o propósito de contribuir com doações a entidades filantrópicas e, ainda, com isso ser possível ganhar um prêmio. Estimulavam as corrés a prática do jogo, por meio de comunicação de massa, com atrativos, via de regra sorteio de veículos, aos telespectadores. Eram os usuários cativados por profissionais com representatividade pública inquestionável, como são os artistas de TV de renome e por programas de grande audiência, como são os campeonatos de futebol.*



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

(...) 14 - Nem se diga que as emissoras de TV, nesse contexto, foram meras transmissoras dos sorteios realizados e que somente cederam o espaço publicitário para esse fim, como fazem cotidianamente com outros clientes e, por isso, não estaria configurada a ilicitude alegada nos autos. As emissoras de TV se adequam à figura de fornecedora de serviços, na forma preconizada pelo Código de Defesa do Consumidor, pois prestam serviços de telecomunicações, nos termos do artigo 6º, alínea "d" do Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117/62), na modalidade de radiodifusão, consoante regulamenta o artigo 4º, item 1º, alínea "b" do Decreto nº 52.795/63, não se concebendo que na era da informação essa se faça de forma indiscriminada e irresponsável, especialmente tratando-se de expediente que levaria a população ao estímulo do jogo de azar. (REsp 436.135/SP, Rel. Ministro RUY ROSADO DE AGUIAR, QUARTA TURMA, julgado em 17/06/2003, DJ 12/08/2003, p. 231)

15 - Ao investigarmos os interesses no plano individual e transindividual, esse relativamente aos consumidores, podemos afirmar que as entidades interessadas, aquiesceram e foram coniventes com todo o procedimento ilegal, também pretendiam obter ganho fácil e sem qualquer esforço, para tanto contrataram empresas com o fim específico de massificar o sistema de sorteios, pelo sistema de ligação 0900, abrangendo um número ilimitado de consumidores em todo o território nacional, que conscientemente agiam motivados com o fim exposto publicamente, que era o de contribuir com entidades filantrópicas, tendo como contrapartida a participação em sorteio de prêmios.

(...) 16 - A questão, inclusive, desafia a posição Estatal quanto à proteção da pessoa do consumidor, pois na era da informação não se concebe que o Poder Estatal desassista aquele para o qual se dirige a propaganda enganosa. Estamos na era da democracia da informação e a liberdade de informar não poderá ser de tal modo a permitir que a sociedade seja atingida de forma indiscriminada e predatória, formando uma cultura de desinformação por meio de uma arquitetura regulatória de duvidosa proteção aos interesses sociais e de políticas públicas. Essa afirmação é feita com a convicção de que os telespectadores, consumidores em potencial, nem sempre têm a perfeita noção das consequências e atos praticados em função de uma informação incorreta veiculada pelos meios de comunicação, sendo essa a grande preocupação nos dias atuais, em que "fake news" rondam todos os meios de comunicação, iludindo aqueles que de boa-fé acreditam na divulgação incorreta.

17 - Podemos afirmar que os direitos coletivos, considerados direitos fundamentais pela Constituição Federal, não podem ser subtraídos da tutela jurídica do Estado, vinculando tanto os governantes como os operadores do direito, pois interagem com todos os ramos do direito,





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

especialmente quanto à regulamentação da distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, por meio de propaganda indiscriminada em todo o território nacional, de responsabilidade exclusiva da União Federal. Afinal, a divulgação em massa no território nacional colhe a todos, independentemente de instrução escolar, status social ou idade, devendo ser reprimidas todas as formas e tentativas de iludir o consumidor ou o interessado no assunto.

(...) 22 - Aferimos que houve lesão ao direito dos consumidores. Sob esse enfoque, é assente o entendimento do Superior Tribunal de Justiça quanto à possibilidade de uma tutela híbrida na análise de ações coletivas, dentro de semelhante cenário fático, considerando a proteção dos interesses ou direitos coletivos em sentido amplo, dentro de um microsistema ou minissistema em que as normas se comunicam, em um diálogo de fontes, propiciando uma adequada e efetiva tutela coletiva. (REsp 1209633/RS, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, julgado em 14/04/2015, DJe 04/05/2015; REsp 695.396/RS, Rel. Ministro ARNALDO ESTEVES LIMA, PRIMEIRA TURMA, julgado em 12/04/2011, DJe 27/04/2011)

23 - Por isso a tutela repressiva reparatória encontra eco no direito violado. Em cognição exauriente, consoante provas trazidas e no contexto em que se deram, com atos praticados que não estão legitimados, porquanto os ordenamentos questionados são aqui reconhecidos como ilegítimos, verifica-se que os interesses transindividuais (art. 81,§ único, da Lei n.8.078/90) foram violados. Não se pode, outrossim, a pretexto de salvaguardar interesses privados, como é o financeiro, deixar de sancionar as condutas praticadas, por ser a coletividade a titular do direito lesado.

(...) 27 - Sobre os valores arrecadados pelo serviço de telefonia, pelos sorteios praticados no período da vigência das Portarias n° 413/97 e n° 1285/97, serão excluídos os custos dos serviços prestados pela EMBRATEL, os impostos e contribuições devidos e os valores pagos às Entidades Assistenciais. Apurado esse montante e com essas exclusões, o resultado obtido deverá ser revertido ao Fundo de Defesa dos Direitos Difusos, art. 13 da Lei n. 7.347/85.

(...) 29 - Nesse contexto, vislumbra-se, ainda, a existência de um dano moral coletivo, em face da população brasileira, a única vulnerável nessa relação, por ter sido lesada por um refinamento do procedimento de divulgação de concursos de prognósticos, cuja finalidade não era a filantrópica, pois as empresas prestadoras de serviços em concurso de prêmios, conforme declarado abertamente, sobreviveram dos recursos recebidos nesse processo oneroso, em flagrante descompasso com a lógica da filantropia.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

As produtoras do conteúdo, por sua vez, **com a mera exibição do número para participação no programa precedido do Código de Seleção de Prestadora pré-definido (91), não só ofendem a livre concorrência, como violam o direito do consumidor de escolher livremente a prestadora**, em nítida desconformidade com o disposto na Lei 9.472/1997, com o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (Aprovado pela Res. ANATEL nº 262/2014) e art. 37 do CDC, respectivamente:

*“Art. 3º O usuário de serviços de telecomunicações tem direito:*

*II - à liberdade de escolha de sua prestadora de serviço;*

*(...)*

*Art. 5º Na disciplina das relações econômicas no setor de telecomunicações observar-se-ão, em especial, os princípios constitucionais da soberania nacional, função social da propriedade, liberdade de iniciativa, livre concorrência, **defesa do consumidor**, redução das desigualdades regionais e sociais, **repressão ao abuso do poder econômico** e continuidade do serviço prestado no regime público”.*

*“Art. 3º O Consumidor dos serviços abrangidos por este Regulamento tem direito, sem prejuízo do disposto na legislação aplicável e nos regulamentos específicos de cada serviço:*

*XX - a não ter cobrado qualquer valor alheio à prestação do serviço de telecomunicações sem autorização prévia e expressa”.*

*“Art. Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.*

*§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, **capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.***

*§ 2º É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança”.*



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

No caso em tela, os consumidores transparecem em suas reclamações verdadeira revolta com a conduta das rés<sup>109</sup>, pois se sentem enganados e defraudados, acumulando, ainda, dívidas ocasionadas pela participação, refletindo desarmoniosa relação de consumo. **Essa situação não pode ser tida como consentânea a um dos princípios basilares não só do CDC, mas de todo o ordenamento jurídico: a boa-fé objetiva.**

Nesta linha, a definição de jogos de azar consiste em que os que tem sorte ganham com o azar dos outros jogadores, devido à diferença de probabilidades entre a sorte e o azar. E, como exposto, os programas objeto da ação **se mostram ainda mais nocivos**, pois os consumidores nem mesmo têm consciência de estar adentrando tal empreitada, engajando-se no jogo **induzidos em erro, em atividade que apresenta vantagens econômicas unicamente para as próprias rés**.

O preâmbulo do Decreto-Lei nº 9.215/1946, que proibiu a exploração de jogos de azar em todo território nacional, dispõe que a proibição destes é um imperativo da consciência universal, e que a tradição moral e jurídica é contrária à prática à exploração e jogos de azar.

A mesma proibição acabou por se estender aos bingos, por colocar em cheque os direitos dos consumidores, e ir contra a todos os princípios, regras e objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo.

---

<sup>109</sup> Nas representações recebidas, são reiteradamente utilizadas as palavras “golpe”, “fraude”, “enganação”, “estelionato”, “esquema” “caça níqueis” etc. Houve ainda quem se referisse aos *Game Shows* como “roubo”, “picaretagem”, “cúmulo do absurdo” (Peças de Informação 43.161.888/2017); e “oculto”, “perverso”, “jogo de “cartas marcadas” e “estelionato à coletividade” (Peças de informação 43.161.658/2018) – Vide resumo das representações presente ao final do índice (Doc. 01) e Doc. 59.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

No caso vertente, igualmente, intenta-se resguardar o interesse difuso de defesa do consumidor em face de prática comercial ilegal, que causa danos a toda a comunidade em desrespeito à dignidade da pessoa humana.

As práticas ora vergastadas ferem interesses de pessoas indeterminadas, ligadas por uma circunstância de fato, ou seja, dos consumidores que ligam com a quimera de participarem dos programas, competindo ao Ministério Público promover a sua proteção (art. 129, III, da CF/88 e art. 82, I, da Lei n. 8.078/90).

Igualmente palpável a comparação entre os referidos *quiz* televisivos e as máquinas caça-níqueis, nas quais o indivíduo/apostador, iludido de que se trata de um jogo que depende exclusivamente da sorte (no caso dos programas, a sorte é ser atendido e entrar “ao vivo”), passa a, incautamente, pagar pela possibilidade.

Ocorre, todavia, que as máquinas eletrônicas de jogo são dotadas de mecanismos através dos quais é possível se alterar o comportamento destas, de acordo com a vontade de quem a explora. Através destes ajustes, pode-se escolher a porcentagem de pagamento ao jogador ou até quanto o apostador vai poder ganhar com o jogo, de acordo com a vontade do explorador/proprietário da máquina.

Assim, perfeitamente possível traçar um paralelo entre estas máquinas e os programas, em que as próprias produtoras selecionam quantas e quais pessoas entrarão “ao vivo”, e, como já visto, como muito, há um único vencedor por programa, ou por vezes nenhum, estando a atração isenta de



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

qualquer fiscalização<sup>110</sup> ou auditoria que lhe confira credibilidade. O prêmio também é estipulado pelas rés, e a premiação máxima nunca é alcançada por nenhum participante.

Desta forma, diante da possibilidade de seleção do participante vencedor, modificando a probabilidade de ganho do apostador, com diminuição ou aumento de suas chances de vitória, assim como ocorre com a exploração das máquinas eletrônicas programáveis, tipo “caça-níqueis”, a conduta poderia ser passível de enquadramento como em crime contra a economia popular, ou quase um “estelionato coletivo”.

Finalmente, há de se frisar a **inexistência de qualquer equilíbrio** nessa relação de consumo, pois há **uma nítida vantagem excessiva** em favor dos fornecedores, acompanhada da ausência de transparência e falta de fiscalização sobre a atividade por eles exercida.

O crédito decorrente dos tais “games” ou “quiz TV, **em favor dos consumidores que já alcançaram prêmios**, deve ser pago pelas rés, tanto quanto a reparação das lesões aos consumidores que não lograram participar.

Por todo o exposto, a atividade econômica que tenha por objeto a prática de jogo equiparável ao de azar é, sob a ótica do Direito do Consumidor, ilícita, **por se consubstanciar em prática comercial abusiva, além de causar quebra de confiança e prejuízos evidentes aos consumidores, violando também**

---

<sup>110</sup> Como demais sorteios, distribuições gratuitas de prêmios, e promoções que, via de regra, são fiscalizadas pela Caixa Econômica Federal.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

aos princípios orientadores da ordem econômica, previstos no inciso V, do art. 170 da Carta Magna<sup>111</sup>.

#### IV - DO DANO MORAL COLETIVO

A prática abusiva perpetrada pelas rés, afasta-se das regras legais, em prejuízo da coletividade de consumidores. Distancia-se, deste modo, da boa-fé objetiva e do decorrente dever de lealdade e respeito por ela imposto, abalando a confiança que a coletividade deveria ter nos fornecedores em geral – na crença de que estes respeitariam sempre aos mandamentos legais e morais no que se refere ao relacionamento com os consumidores. A manutenção deste tipo de conduta deve ensejar, conseqüentemente, a condenação à indenização do dano moral coletivo.

Tal comportamento deve ser extremamente repreendido, de modo que não se torne prática corriqueira frente à vulnerabilidade do consumidor, notadamente em decorrência da especial proteção dispensada pelos diplomas legislativos. A reparação do dano moral deve constituir-se em compensação ao bem lesado, e adequado desestímulo ao lesante. Como consequência, o agente lesionador avaliará o seu comportamento antissocial de forma a refreá-lo, evitando novos agravos a demais consumidores, sem mencionar o inegável efeito preventivo geral gerado por tal sorte de decisão.

O dano moral se impõe, portanto, não apenas como reparação aos prejuízos causados aos consumidores e a toda sociedade, mas, também, como

---

<sup>111</sup> “Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: (...) V - defesa do consumidor”;



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

forma de limitar os direitos subjetivos exercidos de forma arbitrária pelos réus, freando a prática de novas condutas prejudiciais, e mantendo a estabilidade social.

Quanto ao valor da condenação por dano moral coletivo, observa Carlos Alberto Bittar Filho, que, em havendo condenação em dinheiro, deve aplicar-se, indubitavelmente, a técnica do valor de desestímulo, a fim de que se evitem novas violações aos valores coletivos, a exemplo do que se dá em tema de dano moral individual; em outras palavras, o montante da condenação deve ter dupla função: compensatória para a coletividade e punitiva para o ofensor; para tanto, há que se obedecer, na fixação do *quantum debeat*, a determinados critérios de razoabilidade elencados pela doutrina (para o dano moral individual, mas perfeitamente aplicável ao coletivo), como, *v.g.*, a gravidade da lesão, a situação econômica do agente e as circunstâncias do fato.

Desse modo, o dano moral coletivo deve ser fixado no valor, mínimo, de R\$ 10 (dez) milhões de reais, considerando a natureza da lesão praticada aos consumidores, a extensa duração da prática lesiva, e os elevados valores auferidos pelas empresas réas com a prática.

Tal montante, cabe registrar, é razoável e proporcional, tendo em vista que condenação com a mesma questão de fundo, em ação civil pública que possuía como ré **unicamente** a *Companhia Rio Bonito de Comunicação S.A. (Canal Terra Viva)* – **emissora de porte muito menor**, e que, por conseguinte, alcançava um número ínfimo de consumidores quando comparado ao alcance da ré **Rede TV!** –, a indenização pelo dano moral coletivo foi fixada em R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)<sup>112</sup>.

---

<sup>112</sup> Doc. 36.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

**V - DA LIMINAR**

Impõe-se a expedição de ordem liminar, inaudita altera parte, nos termos do artigo 12 da Lei 7.347/85 (Lei de Ação Civil Pública), uma vez que estão plenamente caracterizados os seus pressupostos jurídicos, quais sejam, o *fumus boni juris* e o *periculum in mora*.

O *fumus boni juris* decorre da demonstração, por meio de todas as provas que acompanham a inicial, de que: (i) as rés produzem, exibem e cobram os consumidores por participações em programa nitidamente abusivo, e assemelhado aos jogos de azar; (ii) as rés se prevalecem da fragilidade e vulnerabilidade dos consumidores para impingir-lhes seus produtos e serviços, em detrimento da economia popular; (iii) não pagam os prêmios prometidos aos vencedores; (iv) não respeitam o disposto nos arts. 18 e 19 do Código de Defesa do Consumidor; (v) realizam publicidade e ofertas de conteúdo francamente enganoso e abusivo; (vi) ferem o direito do consumidor em escolher livremente a prestadora, e (vii) causam grandes prejuízos aos consumidores, que se sentem ludibriados pela sua atuação.

O *periculum in mora* reside na necessidade de se inibir e impedir, desde já, a continuidade das práticas ora descritas, em indiscutível prejuízo ao consumidor, de modo a não se dever aguardar o julgamento definitivo da lide. Existe, inegavelmente, o fundado receio de dano a caracterizar o perigo resultante da demora na decisão final, visto que, a cada transmissão do programa em TV aberta, são lesados muitos mais consumidores, número que, dado o porte da emissora, tende a aumentar exponencialmente a cada dia.





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

Tendo em vista o tempo decorrido com a regular tramitação do processo, a decisão final e definitiva da presente ação pode demorar alguns anos, acarretando sensível prejuízo aos consumidores que, ano a ano, continuarão submetidos às práticas comerciais das rés que se pretendem impedir com o ajuizamento da presente ação civil pública.

Não se pode olvidar que se está diante de programa que é exibido quase diariamente, durante várias horas, cujas condutas acima descritas prejudicam uma gama significativa de consumidores cada vez maior até ser proferida a decisão final pelo Poder Judiciário.

Saliente-se que, com a concessão da liminar, o próprio Poder Judiciário deixará de receber inúmeras outras ações individuais sobre os mesmos assuntos, havendo economia processual, além de se evitar decisões divergentes.

Sendo assim, com a concessão da liminar, o Estado estará prevenindo o aumento significativo dos danos aos consumidores.

## VII - DOS PEDIDOS

Diante do exposto, requer:

1) a concessão de **MEDIDA LIMINAR**, *inaudita altera parte*, nos termos do artigo 12 da Lei nº 7.347/85, a fim de que:

1.a) seja determinado o cumprimento de **obrigação de não fazer**, pela ré **TV ÔMEGA LTDA. (REDE TV!)**, consistente em abster-se de exibir o programa **“Top Game”**, ou qualquer outro de formato análogo, independente da



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

denominação utilizada, em que se incentive a participação do consumidor por meio da utilização específica de qualquer Código de Seleção de Prestadora (CSP), sob pena do pagamento de multa diária, por cada descumprimento, no valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no artigo 13 da Lei nº 7.347/85 e regulamentado pela Lei Estadual nº 6.536/89, sem prejuízo de execução específica da mesma obrigação;

**1.b)** seja determinado o cumprimento de **obrigação de não fazer**, para que os réus *AVATAR MOBILE TECHNOLOGIES, G2PTV PRODUÇÕES E EVENTOS, WORLD CONTEÚDO DIGITAL HOLDING, José Percival Palesel, Renato Fernandes Palesel, Luiz Carlos Yutaka Seki, Guilherme de Araújo Filho e Sylvia Maria Dolores de Carvalho Araujo*, se abstenham de negociar, com qualquer operadora de telefonia, a divulgação preferencial do CSP respectivo em suas produções, e com qualquer emissora de televisão, a cessão de horários na programação para exibição de programas de interatividade, produzidos por elas ou por quaisquer outras sociedades nas quais detenham parcela do capital social ou ocupem posição de administrador, quando a participação na atração se dê através de ligação telefônica com indicação ao telespectador, por exibição na tela ou qualquer outro meio, de Código de Seleção de Prestadora (CSP) específico de operadora de telefonia; sob pena do pagamento de multa diária, por cada descumprimento, no valor de R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais), sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no artigo 13 da Lei nº 7.347/85 e regulamentado pela Lei Estadual nº 6.536/89, sem prejuízo de execução específica da mesma obrigação;

**1.c)** seja determinado o cumprimento de **obrigação de não fazer**, para que a ré *Falkland Tecnologia em Comunicações S.A./IPCorp* se abstenha de:



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

divulgar, inclusive por meio de parcerias comerciais, o seu Código de Seleção de Prestadora (91) em programas televisivos interativos, cuja participação se dê por meio de realização de chamadas de longa distância pelos telespectadores; deixando, igualmente, de disponibilizar linhas telefônicas para utilização nestas atrações; e de cobrar pelas chamadas de longa distância feitas com o CSP 91 para referidos programas; tudo sob pena do pagamento de multa diária, por cada descumprimento, no valor de R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais), sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no artigo 13 da Lei nº 7.347/85 e regulamentado pela Lei Estadual nº 6.536/89, sem prejuízo de execução específica da mesma obrigação;

1.d) seja determinado às rés que cumpram **obrigação de fazer**, consistente em comprovar, documentalmente, o cumprimento integral da decisão liminar no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar do término do prazo para sua efetivação, sob pena do pagamento de multa diária no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no artigo 13 da Lei nº 7.347/85 e regulamentado pela Lei Estadual nº 6.536/89, sem prejuízo de execução específica da mesma obrigação.

2) seja determinada a **citação e intimação postal dos réus**, nos endereços informados, a fim de que, com expressa advertência sobre os efeitos da revelia (art. 344 do Código de Processo Civil) e, no prazo de 15 (quinze) dias, apresentem contestação, se lhes aprouver, aos pedidos ora deduzidos, deixando expresso o desinteresse na autocomposição (art. 334, § 5º, do Código de Processo Civil);



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

3) seja a presente ação julgada **PROCEDENTE**, tornando-se definitiva a tutela antecipada e proferindo-se sentença em desfavor dos réus, a fim de que:

3.a) seja a ré **TV ÔMEGA LTDA. (REDE TV!)**, condenada na **obrigação de não fazer**, consistente em abster-se definitivamente de exibir o programa "Top Game", ou qualquer outro de formato análogo, independente da sua denominação, em que seja incentivada a participação do consumidor por meio da realização de chamada de longa distância com a utilização de Código de Seleção de Prestadora (CSP) específico, sob pena do pagamento de multa diária, por cada descumprimento, no valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no artigo 13 da Lei nº 7.347/85 e regulamentado pela Lei Estadual nº 6.536/89, sem prejuízo de execução específica da mesma obrigação;

3.b) sejam os réus os réus **AVATAR MOBILE TECHNOLOGIES, G2PTV PRODUÇÕES E EVENTOS, WORLD CONTEÚDO DIGITAL HOLDING, José Percival Palesel, Renato Fernandes Palesel, Luiz Carlos Yutaka Seki, Guilherme de Araújo Filho e Sylvia Maria Dolores de Carvalho Araujo** condenados na **obrigação de não fazer**, consistente em se absterem de negociar, com qualquer operadora de telefonia a divulgação preferencial do respectivo CSP; e com qualquer emissora de televisão, a cessão de horários na programação para exibição de programas de interatividade, produzidos por elas ou por quaisquer outras sociedades nas quais detenham parcela do capital social ou ocupem posição de administrador, cuja participação se dê através de chamada de longa distância nacional com indicação ao telespectador, por exibição na tela ou qualquer outro meio, de Código de Seleção de Prestadora (CSP) específico de operadoras de telefonia; sob pena do pagamento de multa diária, por cada descumprimento, no



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

valor de R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais), sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no artigo 13 da Lei nº 7.347/85 e regulamentado pela Lei Estadual nº 6.536/89, sem prejuízo de execução específica da mesma obrigação;

**3.c)** seja a ré *Falkland Tecnologia em Comunicações S.A./IPCorp* condenada na **obrigação de não fazer**, consistente em **se abster de divulgar**, inclusive por meio de parcerias comerciais, o seu Código de Seleção de Prestadora (91) para utilização preferencial em programas televisivos interativos, cuja participação se dê por meio de realização de chamadas de longa distância pelos telespectadores, devendo deixar, igualmente, de disponibilizar linhas telefônicas para utilização nestas atrações, bem como de cobrar pelas chamadas realizadas para estes programas, sob pena do pagamento de multa diária, por cada descumprimento, no valor de R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais), sujeita à atualização monetária, a ser recolhida ao Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no artigo 13 da Lei nº 7.347/85 e regulamentado pela Lei Estadual nº 6.536/89, sem prejuízo de execução específica da mesma obrigação;

**3.d)** sejam os réus condenados, genericamente, na forma do artigo 95 do Código de Defesa do Consumidor, na obrigação de reparar os danos patrimoniais e morais causados aos consumidores que sofreram prejuízos em virtude da realização de ligações para o programa "Top Game", ou qualquer outro de formato análogo independente da denominação, nos quais qualquer das rés tenham tomado parte, e cuja participação dos telespectadores se deu por meio da utilização de Código de Seleção de Prestadora (CSP) específico, divulgado no programa, para as chamadas de longa distância nacional; a ser apurado em fase de liquidação, nos termos do artigo 97 do Código de Defesa do Consumidor;



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

3.e) sejam os réus condenados, genericamente, na forma do artigo 95 do Código de Defesa do Consumidor, na **obrigação de pagar** os prêmios obtidos pelos telespectadores que lograram êxito em participar e acertaram os desafios do programa “Top Game”, ou qualquer outro de formato análogo, independente da denominação, nos quais as rés tenham tomado parte, a ser apurado em fase de liquidação, nos termos do artigo 97 do Código de Defesa do Consumidor;

3.f) sejam os réus condenados, solidariamente, a **indenizar os danos morais difusos** à coletividade consumidora, que se requer sejam fixados em **R\$ 10.000.000,00 (dez milhões) de reais**, acrescidos de juros legais e correção monetária, desde a citação, conforme o índice da Tabela Prática do Egrégio Tribunal de Justiça de São Paulo, cuja indenização deverá ser recolhida ao Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, previsto no art. 13 da Lei nº 7.347/85 e regulamentado pela Lei Estadual nº 6.536/89;

3.g) sejam **desconsideradas as personalidades jurídicas** das pessoas jurídicas de direito privado das rés, **AVATAR MOBILE TECHNOLOGIES, G2PTV PRODUÇÕES E EVENTOS, e WORLD CONTEÚDO DIGITAL HOLDING;**

3.h) sejam os réus condenados na **obrigação de fazer** consistente em patrocinar a **publicação da r. sentença condenatória, após o trânsito em julgado**, para conhecimento geral, a título de contrapropaganda, na mesma emissora, horário e dias em que o programa era exibido, durante uma semana, bem como nos sítios eletrônicos de todas as investigadas, durante um mês.

Requer também:



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL

4) a dispensa do pagamento de custas, emolumentos e outros encargos, desde logo, a teor do art. 18 da Lei nº 7.347/85 e do artigo 87 do Código de Defesa do Consumidor;

5) a publicação do edital a que alude o art. 94 do Código de Defesa do Consumidor;

6) a inversão do ônus da prova, como regra de instrução processual;

7) sejam as intimações do autor feitas pessoalmente, mediante entrega dos autos digitais, com vista, na Promotoria de Justiça do Consumidor, situada na Rua Riachuelo nº 115, 1º andar, sala 130, São Paulo/SP, em face do disposto no artigo 224, inciso XI, da Lei Complementar Estadual nº 734/93 (Lei Orgânica do Ministério Público do Estado de São Paulo).

Protesta provar o alegado por todos os meios de prova admitidos em direito, inclusive pela juntada de documentos e por tudo o mais que se fizer necessário e indispensável à cabal demonstração dos fatos articulados na presente inicial, bem ainda **pelo benefício previsto no art. 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor, no que tange à inversão do ônus da prova, em favor da coletividade de consumidores substituída pelo autor.**

Anota, outrossim, que a presente petição inicial vai instruída com cópias em formato PDF dos principais documentos dos Inquéritos Cíveis nºs 14.161.028/2016-8, 14.161.076/2017-5, 14.739.500/2017-1, instaurados nesta Promotoria de Justiça do Consumidor da Capital, respectivas representações apensadas, e índice remissivo (**Doc. 01**), para facilitar a consulta.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO  
*PROMOTORIA DE JUSTIÇA DO CONSUMIDOR DA CAPITAL*

Para efeito de alçada, atribui-se à causa o valor de R\$ 10.000.000,00  
(dez milhões de reais).

Termos em que,  
Pede deferimento.

São Paulo, 03 de dezembro de 2018.

**Ana Beatriz Pereira de Souza Frontini**  
**28ª Promotora de Justiça da Capital**  
**(Designada ao 4º PJ do Consumidor)**

Vivian A. Rey Gonzalez  
Analista Jurídico