

Publicidade de Palco

De quem é a responsabilidade do que foi anunciado?



Já ouviu falar em “publicidade de palco”? Pouco falada, porém muito vista pela maioria de nós, no dia a dia, nada mais é que uma espécie de comercial ao vivo, no qual a mensagem do anunciante é divulgada pelo próprio apresentador do programa ou por outra pessoa.

Esse tema chegou aos Tribunais. Um telespectador, acreditando na promessa contida em uma propaganda veiculada por apresentador, num programa de televisão, contratou um empréstimo oferecido por uma empresa financeira. Para isso, efetuou um depósito prévio e enviou à financeira a documentação

correspondente a fim de que, após 15 dias, tivesse o valor do empréstimo creditado em sua conta-corrente.

Porém, os dias se passaram e a empresa não cumpriu os compromissos assumidos no anúncio divulgado. Sentindo-se lesado pela propaganda enganosa, o telespectador ajuizou ação contra a anunciante e a emissora de TV, e ganhou a demanda nas duas instâncias ordinárias.

O Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul destacou que o telespectador contratou o empréstimo influenciado pela credibilidade do apresentador. Reconheceu a responsabilidade tanto da financeira quanto da emissora de TV e manteve a condenação das rés quanto à restituição do valor depositado e ao pagamento de cinco mil reais por danos morais.

Inconformada, a emissora de televisão recorreu ao Superior Tribunal de Justiça – STJ.

O relator do recurso, Ministro Aldir Passarinho Junior, esclareceu que a chamada “publicidade de palco” não implicava a corresponsabilidade da empresa de televisão pelo anúncio divulgado, muito menos do apresentador do programa, que atuara apenas como “garoto-propaganda”, o que não o tornava garantidor da obrigação da anunciante.

Entendeu que, no caso concreto, nem a emissora nem o apresentador se enquadravam no conceito de fornecedor, nos termos da lei, e não tinham relação de consumo com o telespectador adquirente do produto ou serviço. Portanto, a interpretação dada pelo Tribunal Estadual, ao atribuir à emissora uma parceria e uma corresponsabilidade, não existia nem em lei nem em contrato, pois a emissora agiu, exclusivamente, como veiculadora da propaganda, nada além.

Com esse entendimento, o STJ isentou a emissora de TV de indenizar o telespectador e a excluiu da ação por ilegitimidade de parte, uma vez que a responsabilidade pelo produto ou serviço anunciado era da financeira, também ré na ação, que não forneceu o empréstimo ao telespectador nas condições prometidas no anúncio.

Assim, fica um alerta: antes de adquirir produto e/ou contratar serviço divulgado em “publicidade de palco”, certifique-se da confiabilidade do que foi anunciado.

*Para pesquisar o entendimento atual do STJ sobre esse assunto, acesse o [link](#) da Jurisprudência.