

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Cleber Augusto do Nascimento

Publicidade digital promovida pelos médicos e responsabilidade civil pela legítima expectativa do consumidor

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Direito no núcleo de Direitos Difusos e Coletivos, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Suzana Maria Pimenta Catta Preta Federighi.

SÃO PAULO

2025

Banca Examinadora

À comunidade da Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo pelo apoio
permanente.

AGRADECIMENTOS

Expresso minha profunda gratidão a todos que, de forma direta ou indireta, contribuíram para a realização desta dissertação e para a minha jornada.

Em primeiro lugar, dedico este trabalho aos meus amados pais, João Batista do Nascimento e Maria Angela do Nascimento. A vocês, sou eternamente grato por criarem todas as condições para que eu tivesse a melhor educação formal e, sobretudo, por me moldarem como ser humano por meio de seu exemplo de vida. Sou quem sou hoje graças a vocês.

Ao meu irmão, Alan Faber do Nascimento, agradeço por sempre me incentivar a dar o meu melhor e por me apoiar em todas as decisões da minha vida. Juntos, formamos uma família da qual sou imensamente privilegiado e grato por pertencer.

À minha amada Luiza Janaina Barbosa Duarte, meu muito obrigado pelo suporte incondicional, incentivo constante, carinho, paciência e pelo seu exemplo, inclusive como médica inspiradora, que me instigou, de certo modo, a aprofundar a pesquisa sobre publicidade médica e responsabilidade civil.

À minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Suzana Maria Pimenta Catta Preta Federighi, minha sincera gratidão pela disponibilidade irrestrita e pela forma ímpar e sofisticada de partilhar seu imenso conhecimento. Sua orientação foi fundamental para este percurso.

Agradeço também à Prof.^a Dr.^a Patrícia Miranda Pizzol e à Prof.^a Dr.^a Carolina Magnani Hiromoto, pelas contribuições fundamentais que enriqueceram este trabalho.

Ao Prof. Dr. Fernando Costa de Azevedo, da UFPel, de quem fui aluno especial, por me possibilitar a retomada de minha vida acadêmica e me despertar para o tema do consumidor.

Aos professores que, com seu relevante conteúdo, enriqueceram minha formação na PUC: Prof.^a Dr.^a Clarissa Ferreira Macedo D'Isep, Prof. Dr. Paulo Feuz, Prof. Dr. Gabriel Chalita, Prof.^a Dr.^a Márcia Cristina de Souza Alvim, Prof. Dr. Cláudio Ganda de Souza, Prof. Dr. Gilson Delgado Miranda e Prof. Dr. Márcio Pugliesi.

Aos colegas e amigos de curso, pela convivência plural e edificante. Vocês tornam a PUCSP uma universidade única, que somente quem a cursa pode verdadeiramente compreender.

E, claro, ao meu fiel Luchito, por ser a companhia constante e consoladora nas longas horas de estudo e escrita deste trabalho.

The practice of medicine is na art, not a trade; a calling, not a business; a calling in wich your heart will be exercised equally with your head. Often the best part of your work will have nothing to do with potions and powders, but with the exercise of an influence of the strong upon the weak, of the righteous upon the wicked, of the wise upon the foolish.

(OSLER, William. **Aequanimitas:** with other adresses to medical students, nurses and practitioners of medicine, 1914, p. 386)

RESUMO

NASCIMENTO, Cleber Augusto. **Publicidade digital promovida pelos médicos e responsabilidade civil pela legítima expectativa do consumidor**

A presente dissertação analisa as implicações jurídicas da publicidade de serviços médicos estéticos no contexto da hipermodernidade, especialmente quanto ao uso de imagens de pacientes nas redes sociais. Na sociedade contemporânea, observa-se uma crescente estetização da vida, em que o discurso sobre estilo de vida saudável se entrelaça com padrões de beleza, sendo apropriado pela medicina em seu âmbito mercadológico. A pesquisa tem como objetivo geral demonstrar que a prática publicitária de serviços médicos estéticos por meio de imagens de pacientes viola o direito fundamental de proteção do consumidor, seu direito à informação e o princípio da boa-fé objetiva. Trata-se de pesquisa teórica desenvolvida a partir de bibliografia interdisciplinar, abrangendo os campos jurídico, filosófico e literário, fundamentada principalmente nas obras de Gilles Lipovetsky, Byung-Chul Han, Ulrich Beck e Richard H. Thaler. O estudo demonstra que, ao utilizar imagens de pacientes em sua publicidade, o médico cria uma legítima expectativa no consumidor quanto aos resultados idealizados, ampliando sua responsabilidade para além da obrigação técnica do procedimento. Conclui-se pela necessidade de uma regulamentação mais rigorosa dessas práticas publicitárias, considerando a vulnerabilidade específica do consumidor na relação médico-paciente e a complexidade das dinâmicas do mercado de consumo na era digital.

Palavras-chave: Publicidade médica. Direito do consumidor. Responsabilidade civil. Procedimentos estéticos. Legítima expectativa.

ABSTRACT

NASCIMENTO, Cleber Augusto. **Digital advertising by physicians and civil liability for consumer legitimate expectations.**

This dissertation analyzes the legal implications of aesthetic medical services advertising in the context of hypermodernity, especially regarding the use of patient images on social media. In contemporary society, there is a growing aestheticization of life, where discourse about healthy lifestyle intertwines with beauty standards, being appropriated by medicine in its marketing scope. The research's main objective is to demonstrate that advertising practices of aesthetic medical services through patient images violate the fundamental right of consumer protection, their right to information, and the principle of objective good faith. This is a theoretical research developed from interdisciplinary bibliography, covering legal, philosophical, and literary fields, mainly based on the works of Gilles Lipovetsky, Byung-Chul Han, Ulrich Beck, and Richard H. Thaler. The study demonstrates that by using patient images in advertising, physicians create legitimate expectations in consumers regarding idealized results, extending their responsibility beyond the technical obligation of the procedure. The conclusion points to the need for stricter regulation of these advertising practices, considering the specific vulnerability of consumers in the doctor-patient relationship and the complexity of consumer market dynamics in the digital age.

Keywords: Medical advertising. Consumer law. Civil liability. Aesthetic procedures. Legitimate expectation.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
PARTE 1 – PUBLICIDADE NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	17
1 Conceito de publicidade	17
1.1 Publicidade como prática comercial.....	20
1.2 Publicidade e propaganda.....	24
1.3 Publicidade e marketing	28
1.4 Publicidade e persuasão.....	33
1.5 Publicidade e informação	38
2 Regime jurídico da publicidade.....	42
2.1 Sistemas de controle da publicidade.....	44
2.2 Fontes normativas da atividade publicitária no Brasil.....	50
2.3 Natureza jurídica das normas que disciplinam a publicidade.....	54
3 Fundamentos e limites constitucionais da publicidade.....	61
3.1 Liberdade de expressão	65
3.2 Livre-iniciativa	67
3.3 Tutela do consumidor	70
3.4 Outras limitações constitucionais	74
4 Princípios da publicidade.....	78
4.1 Princípio da boa-fé objetiva na publicidade	80
4.2 Princípio da identificação da mensagem publicitária	84
4.3 Princípio da vinculação contratual	89
4.4 Princípio da veracidade	92
4.5 Princípio da correção do desvio publicitário	98
5 Publicidade ilícita	103
5.1 Publicidade enganosa	107
5.2 Publicidade abusiva	114
5.3 Publicidade comparativa.....	121
5.4 Publicidade oculta.....	125
CONCLUSÕES DA PRIMEIRA PARTE	132
PARTE 2 – RESPONSABILIDADE CIVIL PELA PUBLICIDADE DE SERVIÇOS MÉDICOS EM FACE DO PRINCÍPIO DA LEGÍTIMA EXPECTATIVA DO CONSUMIDOR	137
1 Vulnerabilidade do consumidor.....	137
1.1 Conceituação da vulnerabilidade.....	143
1.2 Princípio da vulnerabilidade.....	151
1.3 Vulnerabilidade e hipossuficiência.....	155
1.4 Vulnerabilidade e economia comportamental	158
1.5 Vulnerabilidade do consumidor na relação médico-paciente.....	166
2 Estetização da vida	176
2.1 Sociedade do consumo	181
2.2 Sociedade da imagem: busca pelo corpo perfeito	189
2.3 Busca pela eterna juventude e procedimentos médicos.....	198
2.4 Admirável mundo instagrável.....	205
2.5 Médicos e influenciadores digitais	211

3 Medicina e as relações de consumo.....	221
3.1 Saúde como direito fundamental	229
3.2 Saúde como atividade econômica.....	240
3.3 Ato médico e conceito de saúde	249
3.4 Concorrência com outros profissionais da saúde	257
3.5 Relação jurídica de consumo: o paciente agora é consumidor.....	266
4 Princípio da proteção à confiança legítima.....	275
4.1 Responsabilidade civil contratual e extracontratual	282
4.2 Promessa de resultado em procedimentos estéticos	288
4.3 Dever de informação do médico.....	300
4.4 Consentimento informado	311
4.5 Nexo de causalidade	321
5 Aspectos processuais	328
5.1 Tutela de direitos coletivos.....	337
5.2 Ônus da prova.....	347
5.3 Prova técnica.....	355
5.4 Causa de pedir	362
5.5 Casuística judicial.....	374
CONCLUSÕES DA SEGUNDA PARTE	387
CONCLUSÕES FINAIS	390
REFERÊNCIAS	397

INTRODUÇÃO

Na hipermodernidade, o discurso sobre o estilo de vida saudável ganha cada vez mais destaque na cultura do consumo relacionada à saúde. Nesse contexto, a estética se entrelaça com a construção da percepção do que é considerado saudável, sendo essa concepção apropriada pelos profissionais de saúde em seu âmbito mercadológico.

Apesar de o discurso sobre o estilo de vida saudável ser apropriado por todos os profissionais da saúde, o foco desta dissertação será na prática médica. Isso porque, desde os primórdios da medicina, com o “Juramento de Hipócrates”, os médicos sempre foram vistos como verdadeiros sabedores inquestionáveis, cabendo àquele que se submetia aos seus cuidados somente cumprir suas prescrições, na verdade, verdadeiras ordens.

Essa concepção perdurou até a modernidade, quando a preocupação com o corpo se restringia à manutenção de seu aspecto biológico-funcional. Contudo, na hipermodernidade, o corpo passa a ser expressão do estilo de vida das pessoas, na busca frenética por uma longevidade e pelo alto desempenho produtivo.

A prática médica deixa de se ocupar apenas com o tratamento de doenças e prevenção de enfermidades, para abranger procedimentos estéticos e cirurgias plásticas voltadas ao embelezamento do corpo. Este fenômeno não apenas reflete uma mudança nas prioridades dos médicos, mas também evidencia uma convergência significativa com os interesses do mercado publicitário.

Enquanto a medicina tradicional visa a cura e o bem-estar dos pacientes, a crescente popularidade dos procedimentos estéticos e cirurgias plásticas se alinha perfeitamente com o apelo publicitário, que frequentemente explora o desejo de alcançar padrões estéticos idealizados.

Apesar dessa mudança teleológica na medicina, os médicos continuam a ser vistos como autoridades, ou até como heróis – os “salva-vidas” – recebendo, em troca, respeito, reconhecimento e reverência da sociedade.

Por outro lado, com o desenvolvimento da economia comportamental, constata-se que as pessoas, em suas tomadas de decisões, são influenciadas por regras heurísticas e vieses comportamentais, impondo-se, assim, limitações ao exercício de uma plena e ilimitada racionalidade.

Além disso, na era digital, os algoritmos analisam e preveem comportamentos, moldando as preferências e direcionando as escolhas de consumo, inclusive na área da saúde. Influenciadores digitais, que também podem ser médicos, tornam-se autoridades na promoção de procedimentos estéticos e cirurgias plásticas, reforçando padrões de beleza e saúde que afetam diretamente as decisões dos indivíduos.

Diante deste cenário, os médicos adotam práticas publicitárias com o objetivo de atrair consumidores para procedimentos estéticos e cirurgias plásticas. Essa estratégia é amplificada pelo marketing digital, que utiliza algoritmos e influenciadores para potencializar a sedução e a persuasão, incentivando a adesão a esses serviços.

Nesse contexto, o direito do consumidor deve se preocupar com a manipulação da informação que compromete a liberdade de escolha dos consumidores, garantindo que as práticas de marketing digital sejam transparentes e respeitem a integridade mental e emocional dos consumidores.

Dentre as práticas publicitárias utilizadas pelos médicos no âmbito do marketing digital, destacam-se as seguintes técnicas com imagens de pacientes: os *posts* nas redes sociais com imagens de antes e depois; *selfies* com pacientes, incluindo celebridades; depoimentos de pacientes e famosos; e, “repostagens” de marcações de pacientes mostrando os resultados dos procedimentos realizados.

Essas estratégias visam não apenas a promoção dos serviços estéticos, mas também a criação de uma percepção de eficácia e confiança, influenciando significativamente as decisões dos consumidores.

Com a utilização de imagens de pacientes na oferta de serviços, o médico assume uma responsabilidade que vai além do resultado esperado conforme a técnica médica utilizada (já reconhecida pela jurisprudência como obrigação de resultado com relação aos procedimentos estéticos e às cirurgias plásticas).

Ao aderir a práticas comerciais que envolvem a exposição de fotos de pacientes para ampliar sua clientela, o profissional cria uma legítima expectativa no consumidor, consistente na obtenção do resultado idealizado na produção imagética. Assim, a obrigação passa a ser não apenas de alcançar um resultado conforme características individuais do consumidor, mas de efetivar a expectativa gerada por essa prática publicitária.

Ao final do procedimento estético, o consumidor pode legitimamente entender que o resultado obtido não corresponde ao evidenciado na imagem. A partir daí,

ele pode responsabilizar o médico pelo não cumprimento da oferta. A solução envolve a restituição da quantia paga pelo serviço, além de possíveis danos em diversas modalidades, especialmente o dano estético e moral. Há também a possibilidade de indenização por perda da chance.

Nesse sentido, é importante ter em mente que a liberdade econômica é um dos fundamentos para o desenvolvimento das sociedades. Entretanto, diante da estrutura da sociedade hipermoderna, é fundamental a mediação estatal, representada pelos limites jurídicos impostos à atividade econômica, a fim de preservar o valor fundamental da dignidade da pessoa humana.

É nesse diapasão que Richard H. Thaler e Cass R. Sunstein cunham a expressão “paternalismo libertário” para designar a mediação estatal voltada a ampliar a liberdade de escolha do consumidor. Essa abordagem visa protegê-lo da difusão confusa de informações e de dispositivos que aumentam sua vulnerabilidade, exigindo uma habilidade racional acima da média das pessoas comuns. Assim, o consumidor só é verdadeiramente livre se o direito lhe assegurar o acesso à informação e proteger sua esfera de empoderamento por meio de normas que facilitem sua experiência de consumo.

Gilles Lipovetsky, Byung-Chul Han, Ulrich Beck, Richard H. Thaler e Cass R. Sunstein fornecem as bases teóricas sobre as quais se estrutura a linha argumentativa desta pesquisa, resultando nas seguintes questões investigativas e seus desdobramentos:

- De que forma a publicidade se tornou um elemento essencial para a promoção e o desenvolvimento da ordem econômica?
- Quais são os limites constitucionais e legais impostos à publicidade?
- Quais são as categorias de publicidade consideradas ilícitas?
- Como se deu a apropriação da medicina pela atividade econômica, refletida na transição do modelo hipocrático para o modelo contratual?
- Em que medida a noção de corpo saudável foi transformada pela progressão do sistema capitalista, e qual foi o papel da publicidade nesse processo?
- Qual foi o percurso de desenvolvimento da regulação da atividade médica e de sua publicidade?
- Como a regulação da atividade médica interagiu com a normatização de outras profissões da área da saúde, à luz dos princípios da concorrência leal?
- De que maneira é possível integrar a prática da medicina como atividade econômica no contexto do arranjo constitucional de saúde?

- A publicidade na área médica é juridicamente permitida? Quais são os seus limites?
- Qual é a natureza jurídica da responsabilidade civil do médico no contexto da publicidade médica?
- É possível ao médico mitigar sua responsabilidade civil por meio do cumprimento do dever de informação, instrumentalizado pela assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) pelo paciente?
- Quais são os tipos de danos que podem decorrer da publicidade médica?
- Quais são os limites da publicidade médica em relação ao objeto da ciência médica? Como distinguir a ciência médica do obscurantismo nesse contexto?
- Quais critérios devem ser utilizados para configurar a responsabilidade civil do médico em decorrência da publicidade médica?

Trata-se de uma pesquisa eminentemente teórica, embora pontualmente se utilize de dados empíricos para, na práxis, examinar a teoria. A investigação desenvolve-se sob um diálogo constante entre as perspectivas dogmática e zetética do fenômeno jurídico, permitindo tanto uma análise da aplicação das normas vigentes quanto um questionamento crítico de seus fundamentos e pressupostos.

A pesquisa é desenvolvida a partir de bibliografias pertinentes dos campos jurídico, filosófico, sociológico e psicológico, considerando a dupla dimensão transdisciplinar do fenômeno estudado: de um lado, o desejo do consumidor por procedimentos estéticos, formado por influências culturais, midiáticas e psicossociais; de outro, a crescente apropriação da saúde e do corpo pelo mercado de consumo, que transforma bem-estar e estética em produtos comercializáveis. Ambos os aspectos serão apresentados com a devida interdisciplinaridade que o tema requer.

Enquanto a abordagem dogmática fornece os parâmetros normativos e decisórios necessários para a solução de conflitos concretos neste âmbito, instrumentalizando-se especialmente pelo instituto da responsabilidade civil como mecanismo de reparação e prevenção de danos, a perspectiva zetética permite uma reflexão mais ampla sobre os valores e contextos socioculturais que influenciam essas relações de consumo, questionando tanto a formação do desejo estético quanto as estratégias mercadológicas que o capitalizam.

A responsabilidade civil emerge, assim, como ferramenta jurídica fundamental para equilibrar as assimetrias entre consumidores e fornecedores de serviços estéticos, estabelecendo critérios objetivos para a imputação de deveres reparatórios quando violados direitos ou causados danos injustos nessa esfera de consumo.

O estudo se ambienta no núcleo dos direitos difusos, alinhando-se à linha investigativa sobre a efetividade dos direitos de terceira dimensão e a tutela da coletividade, dos povos e da humanidade.

O objetivo geral da pesquisa é realizar um exercício dialético para, ao final, delimitar em que medida a prática de publicidade de serviços médicos estéticos pode ofender o direito fundamental de proteção do consumidor, bem como o seu direito à informação e o princípio da boa-fé objetiva.

Como objetivos específicos, primeiramente, discorrer sobre a dialética existente entre a livre-iniciativa e as restrições que esta pode sofrer quando violar os princípios da ordem econômica e os direitos fundamentais alheios.

Ainda se almeja discorrer de maneira mais aprofundada sobre a tutela jurídica da legítima expectativa do consumidor diante da publicidade de serviços médicos estéticos e de cirurgia plástica, a partir do princípio da vulnerabilidade do consumidor.

O terceiro objetivo específico é discorrer sobre o dever de informação dos médicos em face do fenômeno social da estetização da vida.

Por fim, o quarto objetivo específico visa analisar o instituto da responsabilidade civil dos médicos, particularmente em procedimentos estéticos, considerando sua correlação direta com a legítima expectativa criada nos consumidores e o cumprimento adequado do dever de informação.

Ainda, abordar a questão da internet e das mídias sociais envolvendo essa prática comercial pelos médicos, que, por vezes, acumulam a posição de influenciadores digitais.

Igualmente, analisar a questão da divergência de tratamento desta questão por meio dos Conselhos de Classe dos médicos e demais profissionais de saúde e sua relação com a concorrência desleal.

A primeira parte da dissertação examina a publicidade sob a perspectiva do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Inicia-se com uma discussão sobre o conceito de publicidade e suas figuras relacionadas, como propaganda e marketing, destacando suas diferenças e inter-relações. Esta seção também aborda a publicidade como prática

comercial e sua função informativa. Em seguida, explora o regime jurídico da publicidade, incluindo os sistemas de controle, a natureza jurídica das normas e as fontes normativas que regulam a atividade publicitária no Brasil.

A análise avança para os fundamentos e limites constitucionais da publicidade, como a liberdade de expressão, a livre-iniciativa e a tutela do consumidor, além de outras limitações constitucionais. Por fim, são discutidos os princípios fundamentais da publicidade, incluindo a boa-fé objetiva, a identificação da mensagem publicitária, a vinculação contratual, a veracidade e a correção do desvio publicitário, juntamente com as formas de publicidade ilícita, como a enganosa, abusiva, comparativa e oculta.

A segunda parte da dissertação explora a responsabilidade civil decorrente da publicidade de serviços médicos, tendo como eixo central o princípio da legítima expectativa do consumidor. Inicialmente, discorre-se sobre a vulnerabilidade do consumidor, conceito fundamental para compreender as relações de consumo.

Analisa-se a vulnerabilidade em suas múltiplas facetas, desde sua conceituação e fundamento jurídico até sua conexão com a hipossuficiência e com a economia comportamental, que evidencia a predisposição dos consumidores a decisões influenciadas por fatores emocionais e cognitivos. Especial atenção é dada à vulnerabilidade específica do consumidor na relação médico-paciente, em que a assimetria de informações e a confiança depositada no profissional de saúde tornam o paciente particularmente suscetível aos apelos publicitários.

Em seguida, a dissertação investiga o fenômeno da estetização da vida, no qual a sociedade contemporânea, moldada pelo consumo e pela imagem, promove a busca incessante por padrões idealizados de beleza, como o corpo perfeito e a juventude eterna. Esse cenário é amplificado pelas redes sociais, que fomentam um mundo instagramável em que médicos frequentemente assumem o papel de influenciadores digitais, utilizando a publicidade para atrair consumidores aos procedimentos estéticos, muitas vezes distorcendo as expectativas reais e reforçando estereótipos estéticos.

A análise avança para a intersecção entre medicina e relações de consumo, destacando o duplo papel da saúde como direito fundamental e como atividade econômica. O capítulo examina o ato médico e o conceito de saúde à luz do mercado, discutindo a concorrência entre médicos e outros profissionais da área da saúde e problematizando a posição do paciente, que transita entre as figuras de consumidor e

cliente. Essa ambivalência levanta questionamentos éticos e jurídicos acerca do enquadramento das práticas médicas dentro das dinâmicas do mercado de consumo.

O princípio da proteção à confiança legítima é introduzido como instrumento central para a tutela dos consumidores diante da publicidade promovida por médicos. São discutidas as implicações da responsabilidade civil, tanto contratual quanto extracontratual, com destaque para as promessas de resultado em procedimentos estéticos, o dever de informação e a formalização do consentimento informado como mecanismos de mitigação de riscos. O nexo de causalidade, enquanto elemento indispensável para a configuração da responsabilidade, é analisado em profundidade, considerando as peculiaridades da publicidade médica e os impactos sobre a legítima expectativa do consumidor.

Por fim, os aspectos processuais da responsabilidade civil são abordados, enfatizando a tutela dos direitos coletivos como forma de proteção ampla dos consumidores e as peculiaridades do ônus da prova em casos envolvendo publicidade médica. Também são discutidos o objeto central da prova técnica nestas ações, bem como a causa de pedir delas, com o estudo das espécies de dano que podem emergir da publicidade médica, com a análise de alguns julgados sobre o tema.

Assim, ao longo da dissertação, é realizada uma análise abrangente e detalhada sobre a publicidade de serviços médicos estéticos, abordando aspectos legais, comportamentais e éticos. O estudo busca demonstrar a complexidade e as implicações dessas práticas publicitárias, ressaltando a necessidade de uma regulamentação rigorosa e a proteção dos direitos do consumidor.

As conclusões de cada parte reforçam a importância de princípios como a boa-fé, a veracidade e a proteção da confiança legítima nas relações de consumo, destacando o papel fundamental do direito na mediação entre a liberdade econômica e a proteção dos consumidores na sociedade hipermoderna. Enfatiza-se, particularmente, a relevância da responsabilidade civil objetiva como ferramenta jurídica essencial para equacionar as vulnerabilidades acentuadas que decorrem da adoção de publicidade para divulgação de serviços médicos estéticos.

REFERÊNCIAS

- ADVERTISING Standards Authority. **New Guidance Note on Identification of Advertisements Released**. Disponível em: <http://www.asa.co.nz/2018/02/28/new-guidance-note-identification-advertisements-released/>. Acesso em: 29 ago. 2024.
- AFONSO, Luiz. **Prática e Estratégia: Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.
- AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. Responsabilidade Civil do Médico. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 84, n. 718, p. 33-53, ago. 1995.
- ALEXY, Robert. **Teoria de Los Derechos Fundamentales**. Madri: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2001.
- ALMEIDA, Alette Marisa S. D. N. Teixeira de. A Publicidade Enganosa e o Controle Estabelecido Pelo Código de Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 53, jan./mar. 2005.
- ALMEIDA, João Batista de. **A Proteção Jurídica do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- _____. **Manual de Direito do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- ALPA, Guido. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado Pelos Autores do Anteprojeto**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.
- ALVES, Fabrício. **Direito Publicitário: Proteção do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.
- ANDORNO, Luis. La Responsabilidad Civil Médica. **Ajuris**, Porto Alegre, v. 20, n. 59, 1993.
- ARAÚJO FILHO, Luiz Paulo. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: Parte Processual**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- ARENHART, Sérgio Cruz. **A Tutela Coletiva de Interesses Individuais: Para Além da Proteção dos Direitos Individuais Homogêneos**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.
- ARENHART, Sérgio Cruz; OSNA, Gustavo. **Curso de Processo Civil Coletivo**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.
- ARGENTA, Graziela; ROSADO, Marcelo da Rocha. Do Processo Coletivo das Ações Coletivas ao Processo Coletivo dos Casos Repetitivos: Modelos de Tutela Coletiva no Ordenamento Brasileiro. **Revista Eletrônica de Direito Processual**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 18, jan./abr. 2017.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômano**. 4. ed. Tradução de Mário da Gama Kury. Brasília: UnB, 2001.

_____. **De Anima**. Tradução de Carlos Gomes. São Paulo: Edipro, 2017.

ÁRIAS, Elisângela Fernandez. **Responsabilidade Civil do Médico Cirurgião Plástico**. 2006. Disponível em: <http://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/8931-8930-1-PB.html>. Acesso em: 18 nov. 2024.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MANTENEDORAS DE ENSINO SUPERIOR. **Resolução n. 3, de 6 de fevereiro de 2014**: Dispõe sobre as Diretrizes para a Formação de Competências em Comunicação Clínica na Graduação em Medicina. Brasília, 2014. Disponível em: <https://abmes.org.br/arquivos/legislacoes/Res-CES-CNE-003-2014-06-20.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2024.

AZEVEDO, Antonio Junqueira de. **Negócio Jurídico: Existência, Validade e Eficácia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

AZEVEDO, Fernando Costa de; ANDREAZZA, Cauê Molina. A Vulnerabilidade Comportamental do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 138, nov./dez. 2021. Disponível em: <https://www.revistadotribunais.com.br>. Acesso em: 21 out. 2024.

BARBOSA, Caio César do Nascimento; SILVA, Michael César; BRITO, Priscila Ladeira Alves de. Publicidade Ilícita e Influenciadores Digitais: Novas Tendências da Responsabilidade Civil. **Revista IBERC**, Minas Gerais, v. 2, n. 2, maio/ago. 2019.

BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: Direito e Dever nas Relações de Consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena; COSTA, Maria Emília. Um olhar sobre o corpo: O Corpo Ontem e Hoje. **Psicologia & Sociedade**, v. 23, 2011.

BASTOS, Wanja; CASTIEL, Luis David; CARDOSO, Maria Helena Cabral de Almeida; FERREIRA, Marcos Santos; GILBERT, Ana Cristina Bohrer. Epidemia de Fitness. **Revista Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 22, n. 2, p. 485-496, abr./jun. 2013.

BAUDRILLARD, Jean Léon. **A Sociedade de Consumo**. Tradução de Arthur Mourão. Lisboa: Edições 70, 1981.

BAUMAN, Zygmunt. **A Sociedade do Espetáculo: Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Vida Para Consumo: A Transformação das Pessoas em Mercadoria**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BAZERMAN, M. H. **Processo Decisório: Para Cursos de Administração e Economia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BEAUCHAMP, Tom; CHILDRESS, James. **Principles of Biomedical Ethics**. 7. ed. New York: Oxford University Press, 2013.

BECK, Ulrich. **A Sociedade do Risco: Rumo a Uma Outra Modernidade**. 2. ed. Tradução de Sebastião Nascimento. São Paulo: Editora 34, 2011.

BELCH, George E.; BELCH, Michael A. **Propaganda e Promoção: Uma Perspectiva da Comunicação Integrada do Marketing**. 7. ed. São Paulo: McGraw-Hill Brasil, 2008.

BELL, Daniel. **O Advento da Sociedade Pós-Industrial: Uma Tentativa de Previsão Social**. São Paulo: Cultrix, 1977.

BENJAMIN, Antônio Herman de V. et al. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

_____. O Controle Jurídico da Publicidade. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 9, jan./mar. 1994.

_____. **Comentários ao Código de Proteção do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1991.

BENJAMIN, Antônio Herman de V.; MARQUES, Cláudia; BESSA, Leonardo. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

BENSOUSSAN, Fábio Guimarães; BOITEUX, Fernando Netto. **Manual de Direito Empresarial**. 2. ed. rev., atual. e ampl. Salvador: Juspodivm, 2019.

BERGER, Mirian. **Corpo e Identidade Feminina**. 2006. Tese (Doutorado em Antropologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

BERNARDES DE OLIVEIRA, A. **A Evolução da Medicina até o Início do Século XX**. São Paulo: Livraria Pioneira, 1981.

BETTI, Emilio. **Teoria Geral da Interpretação**. Tradução de Marco Aurélio Werle. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

BEVILAQUA, C. **Direito das Obrigações**. 8. ed. Revista e atualizada por Aquillesh Bevilaqua. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1954.

BISNETO, Cícero. **Causalidade Psíquica**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2024.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do Consumidor: Código de Defesa do Consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

BLAKWELL, R.; MINIARD, P.; ENGEL, G. **Comportamento do Consumidor**. 9. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BOCCHIOLA, Maurizio. Perdita di Una Chance e Certeza Del Danno. **Revista Trimestrale di Diritto e Procedura Civile**, Paris, anno XXX, 1976.

BORDIEU, Pierre. **A Distinção**: Crítica Social do Julgamento. Tradução de Daniela Kern; Guilherme F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BORBA, Maria Eugênia Ferraz do Amaral. **Regulação da Saúde Suplementar à Luz dos Princípios de Direito Econômico Sanitário**. Tese (Doutorado em Direitos Humanos) - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

BORGES, Carlise Nascimento. A Nova Comunicação e o Advento dos Digitais Influencers: Pesquisa Realizada Sobre Blogueiras de Moda. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 18., 2018, Goiânia. **Anais [...]** Goiânia: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2016. p. 123-134.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, Article 11, 2007.

BRANCO, Gerson Luiz Carlos. A Proteção das Expectativas Legítimas Derivadas das Situações de Confiança: Elementos Formadores do Princípio da Confiança e Seus Efeitos. **Revista de Direito Privado**, São Paulo, n. 12, out./dez. 2002.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988.

_____. Lei nº 3.268, de 30 de setembro de 1957. Dispõe sobre os Conselhos de Medicina, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Rio de Janeiro, RJ, p. 23.013, 1 out. 1957.

_____. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, ano 139, n. 8, p. 1-74, 11 jan. 2002.

_____. Lei nº 12.842, de 10 de julho de 2013. Dispõe sobre o exercício da Medicina (Lei do Ato Médico). **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, p. 1-2, 11 jul. 2013.

_____. Lei nº 13.105, de 16 de março de 2015. Código de Processo Civil. **Diário Oficial da União**: Seção 1, Brasília, DF, ano 152, n. 51, p. 1-51, 17 mar. 2015.

BRASÍLIA. **III Jornada de Direito Processual Civil**: enunciados aprovados - Conselho da Justiça Federal, Centro de Estudos Judiciários, 2023. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/cjf/corregedoria-da-justica-federal/centro-de-estudos-judiciarios-1/publicacoes-1/i-jornada-de-direito-processual-civil/iii-jornada-de-direito-processual-civil-2013-enunciados-aprovados-2013-2023>. Acesso em: 21 maio 2025.

BRENKERT, G. G. Marketing and the Vulnerable. **Ruffin Series in Business Ethics**, 1998.

- CALAMANDREI, Piero. Verità e verosimiglianza nel processo civile. **Rivista di Diritto Processuale**, Milano, n. 10, p. 164-192, 1955.
- CALIXTO, Marcelo Junqueira. **A Culpa na Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.
- CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. 2. ed. Tradução de Eliana Rocha. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1988.
- CÂNDIA, Eduardo. **Tutela de Direitos Coletivos e Teoria dos Sistemas Autopoiéticos**: Observando o Déficit Coletivo nas Decisões Jurídicas. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris, 2020.
- CANOTILHO, J. J. Gomes. **Direito Constitucional e Teoria da Constituição**. 7. ed. Coimbra: Almedina, 2003.
- _____. **Estudos Sobre Direitos Fundamentais**. Coimbra: Coimbra, 2004.
- CAPPELETTI, Mauro; GARTH, Bryant. **Acesso à Justiça**. Porto Alegre: Fabris, 1988.
- CARNAÚBA, Daniel Amaral. Distribuição de Risco nas Relações de Consumo: Uma Análise Econômica. In: LOPEZ, Teresa Ancona; LEMOS, Patrícia Faga Iglecias; RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz (Coords.). **Sociedade de Risco e Direito Privado**: Desafios Normativos, Consumeristas e Ambientais. São Paulo: Atlas, 2013.
- _____. **Responsabilidade Civil e Nascimento Indesejado**: Fundamentos Para a Reparação da Falha de Métodos Contraceptivos. Rio de Janeiro: Forense, 2021.
- CARNELUTTI, Francesco. **A Prova Civil**: Parte Geral - O Conceito Jurídico da Prova. Tradução de José Antônio Cardinalli. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
- CARRIÓ, Genaro Rubén. **Notas Sobre Derecho y Lenguaje**. 4. ed. Buenos Aires: Abeledo-Perrot, 1990.
- CASABONA, Carlos Maria Romeo. O Consentimento Informado na Relação Entre Médico e Paciente. In: CASABONA, Carlos Maria Romeo; QUEIROZ, Juliane Fernandes (Coords.). **Biotecnologia e Suas Implicações Ético-jurídicas**. Belo Horizonte: Del Rey, 2005.
- CASSIMIRO, Érica Silva; GALDINO, Francisco Flávio Sales; SÁ, Geraldo Mateus de. As Concepções de Corpo Construídas ao Longo da História Ocidental: Da Grécia Antiga à Contemporaneidade. **Μετάvoia**, n. 14, 2012.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.
- CASTIEL, Luiz David; DIAZ, Carlos Alvarez-Dardet. **A Saúde Persecutória**: Os Limites da Responsabilidade. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007.
- CASTIEL, Luiz David. Promoção de Saúde e a Sensibilidade Epistemológica da Categoria "Comunidade". **Revista Saúde Pública**, v. 38, n. 5, 2004.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

CENEVIVA, Walter. **Publicidade e Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991.

CHAISE, Valéria Falcão. **A Publicidade em Face do Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2001.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. 13. ed. São Paulo: Ática, 2003.

CHAVES, Rui Moreira. **Código da Publicidade Anotado**. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2005.

CHIOVENDA, Giuseppe. **Instituições de Direito Processual Civil**. Tradução de J. Guimarães Menegale. São Paulo: Saraiva, 1943. v. 2.

CINOTTI, Filippo M. "Fair use" of comparative advertising under 1995 Federal Dilution Act. **IDEA - The Journal of Law and Technology**, v. 37, 1995.

CLOTET, Joaquim. **Bioética: Uma Aproximação**. 2. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2006.

CÓDIGO DE NUREMBERG. **Biblioteca Virtual em Saúde - Bioética e Diplomacia em Saúde**. Brasília: Fiocruz, 1947.

COELHO, Fábio Ulhoa. A Publicidade Enganosa no CDC. **Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 8, out./dez. 1993.

_____. **Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa**. 25. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2024. v. 1.

_____. **Manual de Direito Comercial: O Empresário e os Direitos do Consumidor**. 25. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

_____. **O Empresário e os Direitos do Consumidor: O Cálculo Empresarial na Interpretação do Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1994.

COELHO, Nuno Manuel Morgardinho dos Santos. **Sensatez Como Modelo e Desafio do Pensamento Jurídico em Aristóteles**. São Paulo: Rideel, 2012.

COLAIZZI, Roger et al. The Best Explanation and Update on Puffery You Will Ever Read. **Antitrust**, v. 31, n. 3, Summer 2017.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA. **Manual de Divulgação de Assuntos Médicos**. Brasília: CFM, 2024.

_____. **Nota à População e aos Médicos. Tema: Incorporação de Práticas Alternativas pelo SUS**. Brasília: CFM, mar. 2018.

_____. **Parecer CFM 33/2013**. Brasília: CFM, 2013.

_____. **Parecer CFM 9/2018**. Brasília: CFM, 2018.

_____. Resolução nº 1.621, de 20 de junho de 2001. Dispõe sobre a obrigação de meio na cirurgia plástica e em toda prática médica. Brasília: CFM, 2001.

_____. Resolução nº 2.217, de 27 de setembro de 2018. Aprova o Código de Ética Médica. Brasília: CFM, 2018.

_____. Resolução nº 2.336, de 20 de outubro de 2023. Dispõe sobre normas de publicidade médica e define procedimentos de fiscalização. Brasília: CFM, 2023.

CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA. Resolução CFO nº 196, de 29 de janeiro de 2019. Dispõe sobre a publicidade e a divulgação de assuntos odontológicos e dá outras providências. Brasília: CFO, 2019.

_____. Resolução CFO nº 198, de 29 de janeiro de 2019. Regulamenta o uso da toxina botulínica e preenchedores faciais por cirurgiões-dentistas e dá outras providências. Brasília: CFO, 2019.

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (CODAME)**. São Paulo: CREMESP.

CONVENÇÃO SOBRE OS DIREITOS HUMANOS E A BIOMEDICINA (DECLARAÇÃO DE OVIEDO). **Conselho da Europa**. Oviedo, 1997.

COUTINHO, Diogo Rosenthal. **Direito e Economia Política na Regulação de Serviços Públicos**. São Paulo: Saraiva, 2014.

CRAWFORD, John W. **Advertising**. 2. ed. Boston: Allyn and Bacon.

CREMASCO, Suzana Santi. **A Distribuição Dinâmica do Ônus da Prova**. Rio de Janeiro: GZ, 2009.

CRUZ, José Raimundo Gomes da. Conceitos Básicos na Tutela do Consumidor. **Justitia**, São Paulo, v. 62, n. 189/192, jan./dez. 2000.

CUTTS, Steve. **Happiness**, 2017.

D'ANGELO, André Cauduro. **Valores e Significados do Consumo de Produtos de Luxo**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

DALLARI, Sueli Gandolfi; NUNES JUNIOR, Vidal Serrano. **Direito Sanitário**. São Paulo: Verbatim, 2010.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo: Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor - Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

DIAS, José de Aguiar. **Cláusula de Não Indenizar**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1980.

DIAS, Lucia Ancona Lopes de Magalhães. **Critérios Para Avaliação da Ilicitude na Publicidade**. Tese (Doutorado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

_____. **Publicidade e Direito**. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters, Revista dos Tribunais, 2013.

DIDIER JR., Fredie; ZANETI JR., Hermes. **Curso de Direito Processual Civil: Processo Coletivo**. 11. ed. Salvador: Juspodivm, 2017.

DINAMARCO, Cândido Rangel. **Fundamentos do Processo Civil Moderno**. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 2000. v. 1.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 1996.

_____. **Dicionário Jurídico**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. v. 1.

_____. **O Estado Atual do Biodireito**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

DO VAL, Olga Maria. Política Nacional das Relações de Consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 11, jul./set. 1994.

DOBB, Maurice. **A Evolução do Capitalismo**. São Paulo: Nova Cultural, 1998.

DONINNI, Rogério Ferraz. **Responsabilidade Pós-Contratual no Novo Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

DWORKIN, Ronald W. **Felicidade Artificial: O Lado Negro da Nova Classe Feliz**. Tradução de Paulo Anthero S. Barbosa. São Paulo: Planeta do Brasil, 2007.

ECO, Humberto. **História da Beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do Direito das Relações de Consumo: Consumo e Sustentabilidade**. Curitiba: Juruá, 2011.

EFING, Antônio Carlos; BERGSTEIN, Laís Gomes; GIBRAN, Fernanda Mara. A Ilicitude da Publicidade Invisível Sob a Perspectiva da Ordem Jurídica de Proteção e Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 81, 2012.

EHRHARDT JÚNIOR, Marcos. **Responsabilidade Civil pelo Inadimplemento da Boa-fé**. Belo Horizonte: Fórum, 2014.

EIRAS, Agostinho. **Segredos de Justiça e Controle de Dados Pessoais Informatizados**. Coimbra: Coimbra, 1992.

FACHIN, Luiz Edson. Da Felicidade Paradoxal à Sociedade de Riscos: Reflexões Sobre Risco e Hiperconsumo. In: LOPEZ, Teresa Ancona; LEMOS, Patrícia Faga Iglecias; RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz Rodrigues (Coords.). **Sociedade de Risco e Direito Privado: Desafios Normativos, Consumeristas e Ambientais**. São Paulo: Atlas, 2013.

FAIR, Lesley. **Three FTC Actions of Interest to Influencers**. Disponível em: <https://www.ftc.gov/news-events/blogs/business-blog/2017/09/three-ftc-actions-interest-influencers>. Acesso em: 29 ago. 2024.

FARENA, Duciran van Marsen. Consumidor: Recursos Mercadológicos Aceitáveis e Propaganda Enganosa. **Boletim dos Procuradores da República**, São Paulo, v. 1, n. 6.

FEDERIGHI, Suzana Maria Pimenta Catta Preta. **A Publicidade Abusiva que Explora o Medo e a Superstição**. Tese (Doutorado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2001.

_____. Algumas Notas Sobre a Publicidade no CDC. In: SODRÉ, Marcelo Gomes; MEIRE, Fabíola; CALDEIRA, Patrícia (Orgs.). **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Verbatim, 2009.

_____. **Publicidade Abusiva. Incitação à Violência**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 1999.

FEITOZA, Maria Luiza de Alencar Mayer. **Paradigmas Inconclusos: Os Contratos Entre a Autonomia Privada, a Regulação Estatal e a Globalização dos Mercados**. Coimbra: Coimbra, 2007.

FERNANDES, Bernardo Gonçalves. **Curso de Direito Constitucional**. 3. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. [Versão eletrônica]. Positivo Informática, 2021. Disponível em: <https://www.dicionarioaurelio.com.br/>. Acesso em: 23 mar. 2025.

FERREIRA, Francisco Romão. **Os Sentidos do Corpo: Cirurgias Estéticas, Discurso Médico e Saúde Pública**. Tese (Doutorado) - Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca, Rio de Janeiro, 2006.

FERREIRA, V. R. M. **Psicologia Econômica: Estudo do Comportamento Econômico e da Tomada de Decisão**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso Fundamental de Direito do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

FOUCAULT, Michael. La Crisis de la Medicina o la Crisis de la Antimedicina. **Educación Médica y Salud**, v. 10, n. 2, 1976.

FREITAS, Riva Sobrado de; PINTO, Danielle Jacon Ayres. Debates Contemporâneos Sobre Autonomia Privada Decisória: Transgêneros, Identidade Genética e Eutanásia. **Revista Brasileira de Direitos e Garantias Fundamentais**, Salvador, v. 4, n. 1, 2018.

FREIDSON, Eliot. Alimentando o Profissionalismo. In: FREIDSON, Eliot. **Renascimento do Profissionalismo: Teoria, Profecia e Política**. Tradução de Celso Mauro Parciornik. São Paulo: USP, 1998.

_____. Para uma Análise Comparada das Profissões: A Institucionalização do Discurso e do Conhecimento Formais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 11, n. 31, 1996.

_____. **Profissão Médica: Um Estudo de Sociologia do Conhecimento Aplicado**. São Paulo: Unesp, 2007.

FREUD, Sigmund. **Além do Princípio de Prazer: Psicologia de Grupo e Outros Trabalhos (1920-1922)**. Rio de Janeiro: Imago, 2006.

FURLAN, Valéria C. P. Princípio da Veracidade nas Mensagens Publicitárias. **Revista do Direito do Consumidor**, v. 10, 1994.

GAMA, Laisa. Redes Sociais Como Trampolim Para Tratamentos Falsos e Informações Enganosas. **Grupo Metrôpole**, Salvador, a. 20, n. 511, 04-10 nov. 2023.

GARCIA, Juan Cesar. **A Educação Médica na América Latina**. Tradução de Carmen Fontes Teixeira, Liliana Santos e Marcelo Nunes Dourado Rocha. Salvador: Edufba, 2022.

_____. La Categoría Trabajo en la Medicina. **Cadernos Médico Sociales**, Rosario, n. 23, mar. 1983.

GIDI, Antonio. **Coisa Julgada e Litispêndência em Ações Coletivas**. São Paulo: Saraiva, 1995.

_____. **Rumo a um Código de Processo Civil Coletivo: A Codificação das Ações Coletivas no Brasil**. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

GIMLIN, Debra. Too Good to be Real: The Obviously Augmented Breast in Women's Narratives of Cosmetic Surgery. **Gender & Society**, v. 27, n. 06, December, 2013.

GIOSTRI, Hildegard Taggesell. **Responsabilidade Médica: As Obrigações de Meio e de Resultado - Avaliação, Uso e Adequação**. Curitiba: Juruá, 2004.

GODOY, Claudio Luiz Bueno de. Responsabilidade Civil pelo Fato do Produto e do Serviço. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da (Org.). **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2009.

GOLDENBERG, Isidoro H.; CAFFERATTA, Nestor A. **Daño Ambiental: Problemática de Su Relación Causal**. Buenos Aires: Abeledo-Perrot, [s.d.].

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional: A Teoria Revolucionária que Define o Que é Ser Inteligente**. 2. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.

GOMES JR., Luiz Manoel. **Curso de Direito Processual Civil Coletivo**. 2. ed. São Paulo: SRS, 2008.

GOMES, Orlando. **Obrigações**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1976.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: Comentado Pelos Autores do Anteprojeto**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011. v. I.

GRINOVER, Ada Pellegrini. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

_____. Da Class Action for Damages à Ação de Classe Brasileira: Os Requisitos de Admissibilidade. **Revista de Processo**, São Paulo, jan./mar. 2001.

GRISARD, Nelson. O Ato Médico e as Outras Profissões na Área de Saúde. In: LUZ, Newton Wiethorn da; OLIVEIRA NETO, Francisco José de; THOMAZ, João Batista (Orgs.). **O Ato Médico: Aspectos Éticos e Legais**. Rio de Janeiro: Rubio, 2002.

GUERRA, Arthur Magno e Silva (Org.). **Bioética e Biodireito: Uma Introdução Crítica**. Rio de Janeiro: América Jurídica, 2005.

GUIMARÃES, Paulo Jorge Scartezzini. **A Publicidade Ilícita e a Responsabilidade Civil das Celebridades que Dela Participam**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

HAN, Byung-Chul. **Infocracia: Digitalização e a Crise da Democracia**. Tradução de Gabriel S. Philipson. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022.

_____. **Não-Coisas: Reviravoltas do Mundo da Vida**. Tradução de Rafael Rodrigues Garcia. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Sociedade da Transparência**. Tradução de Miguel Serras Pereira, Lisboa: Relógio D'Água, 2014.

HARVEY, David. **A Condição Pós-moderna: Uma Pesquisa Sobre as Origens da Mudança Cultural**. Tradução de Adail Ubirajara Sobra e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 1992.

HIGINO NETO, Vicente. **Ônus da Prova: Teorias da Redução do Módulo da Prova e das Provas Dinâmicas e Compartilhadas**. 1. ed. Curitiba: Juruá, 2010.

HISTÓRIA, Ciências, Saúde - Manguinhos, Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, v. 1, n. 1, jul./ago. 1994.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodoro W. **Dialética do Esclarecimento**. Tradução de Guido de Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ISHIDA, L. Ascensão da Classe C Contribuiu para o Aumento de Cirurgias Plásticas no Brasil. **Agência Brasil**, 2013.

ITÁLIA. **Constituição da República Italiana**. Tradução para o português. Roma: Senado da República, 1948.

JONES, Meredith. New Clothes, New Faces, New Bodies - Cosmetic Surgery And Fashion. In: BRUZZI, S.; GIBSON, Pamela Church. **Fashion Cultures Revisited Theories**: Explorations and Analysis. New York: Routledge, 2013.

JUNG, Carl Gustav. **Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo**. 7. ed. Tradução de Maria Lúcia Pinho. Petrópolis: Vozes, 2003.

KEMP, Peter; RENDTORFF, Jacob. Princípio da vulnerabilidade. In: HOTTOIS, Gilbert; MISSA, Jean-Noel. **Nova Enciclopédia da Bioética**: Medicina, Ambiente, Tecnologia. Tradução de Maria Carvalho. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

KFOURI NETO, Miguel. **Culpa Médica e Ônus da Prova**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

_____. **Responsabilidade Civil do Médico**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

KINNUNEN, Tiina. "A second youth": Pursuing Happiness and Respectability Through Cosmetic Surgery in Finland. **Sociology of Health & Illness**, v. 31, n. 2, 2010.

KIRKPATRICK, David. Social Power and the Coming Corporate Revolution. **Forbes**, 26 set. 2011.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**: From Products to Customers to the Human Spirit. Hoboken, N. J.: Wiley, 2010.

_____. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LARENZ, Karl. **Lehrbuch des Schuldrechts**: Allgemeiner Teil, v. I.

LARSON, Magali Sarfatti. **The Rise of Professionalism**: A Sociological Analysis. Los Angeles: University of California, 1977.

LASKI, Harold J. **O Manifesto Comunista de Marx e Engels**. 3. ed. Tradução de Regina Lúcia F. de Moraes. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

LEMONS, Patrícia Faga Iglecias. **Meio Ambiente e Responsabilidade Civil do Proprietário**: Análise do Nexo Causal. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

LEONEL, Ricardo de Barros. **Manual do Processo Coletivo**. 5. ed. São Paulo: Juspodivm, 2021.

LINDSTROM, Martin. **A Lógica do Consumo**: Verdades e Mentiras Sobre Porque Compramos. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**: Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. **Os Tempos Hipermodernos**. Tradução de Sérgio Moraes Rego. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo**: Viver na Era do Capitalismo Artista. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LISBOA, Roberto Senise. **Manual de Direito Civil**: Obrigações e Responsabilidade Civil. São Paulo: Quartier Latin, 2010.

LOPES, Maria Elizabete Vilaça. O Consumidor e a Publicidade. **Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 1, 1992.

LUZ, Madel Therezinha. As Novas Formas de Saúde: Práticas, Representações e Valores Culturais na Sociedade Contemporânea. **Revista Brasileira Saúde da Família**, v. 9, 2003.

MACHADO, Roberto. **Ciência e Saber**: A Trajetória de Michel Foucault. Rio de Janeiro: Graal, 1981.

MACHADO, Maria Helena (Coord.) **Os Médicos no Brasil**: Um Retrato da Realidade. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1997.

MACHADO, Maria Helena et al. **Perfil dos Médicos no Brasil**. Relatório Final, 28v. Rio de Janeiro: Fiocruz/CFM/MS-PNUD, 1996. (Coleção Médicos em Números)

MADAN, Christopher R. Neuromarketing: The Next Step in Market Search? **Eureka**, v. 1, n. 1, 2010.

MAGALHÃES, José Luiz Quadros de. **Direito Constitucional**: Curso de Direitos Fundamentais. 3. ed. São Paulo: Método, 2008.

MANCUSO, Rodolfo Camargo. **Interesses Difusos, Conceito e Legitimação Para Agir**. 5. ed. São Paulo: RT, 2000.

MANZO, José Maria Campo. **A Tragédia da Propaganda no Brasil**. Rio de Janeiro: Collector's, 1983.

MARINONI, Luiz Guilherme; ARENHART, Sergio Cruz. **Prova**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.

_____. Diálogo entre o Código de Defesa do Consumidor e o Novo Código Civil: Do Diálogo das Fontes no Combate às Cláusulas Abusivas. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 45, jan./mar. 2003.

_____. Vinculação Própria Através da Publicidade? A Nova Visão do Código de Defesa do Consumidor. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 10, abr./jun. 1994.

MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O Novo Direito Privado e a Proteção dos Vulneráveis**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

MARQUES NETO, Floriano Azevedo. Regulação Econômica e Suas Modalidades. **Revista de Direito Público da Economia**, Belo Horizonte, a. 7, n. 28, out./dez. 2009.

MARTINEZ, Sergio Rodrigo. Estrutura Orgânica do Controle da Publicidade de Consumo. In: NERY JUNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade (Orgs.). **Responsabilidade Civil: Indenizabilidade e Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010. v. 4 (Coleção Doutrinas Essenciais).

_____. O Ambiente Conceitual da Publicidade de Consumo e de Seu Controle no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 15, n. 58, abr./jun. 2006.

MARTINS, Mafalda Sofia Marques Cabral Oliveira. **A Entrada nas Redes Sociais e o seu Efeito: O Caso da Huawei Portugal**. Dissertação de Mestrado em Marketing. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Portugal, 2015.

MARTINS-COSTA, Judith. A "Guerra" do Vestibular e a Distinção Entre Publicidade Enganosa e Clandestina. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n. 4.

_____. Mercado e Solidariedade Social Entre Cosmos e Taxis: A Boa-fé nas Relações de Consumo. In: MARTINS-COSTA, Judith (Org.). **A Reconstrução do Direito Privado**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

MARX. **O Capital: Crítica da Economia Política**. São Paulo: Nova Cultura, 1996. Livro I, v. 2.

MASSAÚ, Guilherme. **Princípios Constitucionais e Relações Internacionais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2018.

MAZZEI, Rodrigo Reis. A Ação Popular e o Microsistema da Tutela Coletiva. In: GOMES JUNIOR, Luiz Manoel (Coord.). **Ação Popular - Aspectos Controvertidos e Relevantes - 40 Anos da Lei n. 4.717/1965**. São Paulo: RCS, 2006.

MEDEIROS NETO, Xisto Tiago de. **Dano Moral Coletivo**. São Paulo: LTr, 2004.

MEIRELLES, Dimária Silva e Meirelles. O conceito de serviço. **Revista de Economia Política**, v. 26, n. 1, 2006.

MEIRELLES, Fernando S. **Resumo da 35ª Pesquisa Anual do Uso de TI nas Empresas**. São Paulo: FGVcia, 2024.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo**. 12. ed. São Paulo: Malheiros, 2000.

MENDES, Aluísio Gonçalves de Castro. **Ações Coletivas no Direito Comparado e Nacional**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MICHELI, Gian Antonio. **La Carga de la Prueba**. Buenos Aires: EJE, 1961.

MILDEMBERGER, Carolina; PEREIRA, Paula. Publicidade Médica nas Mídias Sociais: Proposta de Um Modelo Contemporâneo no Brasil. In: NETO, Miguel; NOGAROLI, Rafaella. **Debates Contemporâneos em Direito Médico e da Saúde - Ed. 2020**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

MIRANDA DE SÁ, Luiz Salvador. Atos Profissionais e Atos Médicos. **Medicina Conselho Federal - Jornal do CFM**. Brasília, a. XV, n. 113, jan. 2000.

MIRANDA, Jorge. **Manual de Direito Constitucional**. 3. ed. rev. e atual. Coimbra: Coimbra, 2000. t. IV.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024.

_____. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. Responsabilidade Civil Médica no Direito Brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 63, jul./set. 2007.

MOORE, Wilbert Ellis. **The Professions: Roles And Rules**. New York: Russel Sage Foundation, 1970.

MORAES, José Geraldo Vinci. **Caminho das Civilizações**. São Paulo: Atual, 1998.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: O Princípio da Vulnerabilidade no Contrato, na Publicidade, nas Demais Práticas Comerciais**. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

MOREIRA, José Carlos Barbosa. Ações Coletivas na Constituição Federal de 1988. **Revista do Processo**, São Paulo, n. 61.

_____. Tutela Jurisdicional dos Interesses Coletivos ou Difusos. In: GRINOVER, Ada Pellegrini [et al.]. (Coord.). **Processo Coletivo: Do Surgimento à Atualidade**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

_____. Regras de experiência e conceitos juridicamente indeterminados. **Temas de direito processual**: segunda série. 2. Ed. São Paulo, 1988.

MOROZOV, E. **Big Tech**: A Ascensão dos Dados e a Morte da Política. Brasil: Ubu, 2018.

MORSELLO, Marco Fábio. A Responsabilidade Civil e a Socialização dos Riscos. O Sistema Neozelandês e a Experiência Escandinava. **Revista da Escola Paulista de Magistratura**, São Paulo, v. 7, n. 2, jul./dez. 2006.

MOULIN, Anne Marie. O Corpo Diante da Medicina. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Orgs.). **História do Corpo**: As Mutações do Olhar. O século XX. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2009. v. 3.

NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**, 1948.

NERY JUNIOR, Nelson et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado Pelos Autores do Anteprojeto**. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991.

_____. Princípios Gerais do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 3, jul./set. 1992.

_____. Publicidade enganosa e abusiva no mercado de cerveja. **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 3, set. 2010.

NERY JUNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria Andrade. **Código de Processo Civil Comentado e Legislação Extravagante**. 13. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

_____. **Leis civis comentadas**. 3. Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual do Processo Coletivo**. 3. ed. rev., atual. e ampl. Salvador: Juspodivm, 2016. vol. único.

NEVES, Maria do Céu Patrão. Sentidos da Vulnerabilidade: Característica, Condição, Princípio. **Revista Brasileira de Bioética**, v. 2, n. 2, 2006.

NEVES, Tancredo de Almeida. Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 77, jan./mar. 2011.

NILO, Alessandro Timbó. **A relação paciente-médico para além da perspectiva consumerista**: uma proposta para o contrato de tratamento. 168 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

NOGAROLI, Rafaella. **A Evolução da Relação Médico-paciente**: Perspectivas Bioéticas e Jurídicas. 150f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2023.

- NOGUEIRA, Roberto Passos. A Ideologia Médica Neoliberal. **Saúde em Debate**, n. 15/16.
- NORONHA, Edgard Magalhães. **Direito Penal**. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 1982. v. 1.
- NOVAIS, Alinne Arquette Leite. **A Teoria Contratual e o Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.
- NUNES JR., Vidal Serrano. Limites à Publicidade Comercial e Proteção de Direitos Fundamentais. **Revista de Direito Constitucional e Internacional**, São Paulo, a. 16, n. 63, abr./jun. 2008.
- _____. **Publicidade Comercial: Proteção e Limites na Constituição de 1988**. São Paulo: Verbatim, 2015.
- NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.
- _____. A Publicidade e o Direito do Consumidor. **Justitia**, n. 54 (160), out./dez. 1992.
- _____. **Curso Prático de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, 1992.
- _____. **O Código de Defesa do Consumidor e Sua Interpretação Jurisprudencial**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA. **Declaração Universal sobre Bioética e Direitos Humanos**, 2005.
- PASCHOAL, Egle Cecconi Borges Rossi. A Publicidade Como Oferta. **Direito e Paz**, Lorena, v. 6, n. 11, 2004.
- PASQUALOTTO, Adalberto. Direito e publicidade em ritmo de descompasso. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 100, 2015.
- _____. **Os Efeitos Obrigacionais da Publicidade no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997.
- PAVANI, Letícia Lourenço. Publicidade de Serviços Sexuais e Implicações no Âmbito da Dignidade da Pessoa Humana e da Proteção à Infância. **Revista de Direito Social**, São Paulo, a. VIII, n. 30, abr./jun. 2008.
- PEREIRA NETO, André de Faria. A Profissão Médica em Questão (1922): Dimensão Histórica e Sociológica. In: **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 4, out./dez. 1995.
- PEREIRA, Marco Antonio Marcondes. **Publicidade Comparativa**. São Paulo: Atlas, 2013.

PEYRANO, Jorge Walter. Aspectos Procesales de la Responsabilidad Profesional. In: MORELLO, Augusto Mario et al. (Coords.). **Las Responsabilidades Profesionales**. La Plata: LEP, 1992.

PIEDRAS, Elisa. **Publicidade, Imaginário e Consumo**: Anúncios no Cotidiano Feminino. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

PINHEIRO, Maria Cláudia Tardin. Publicidade: A Procura Amorosa do Consumo. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 3, n. 8, nov. 2006.

PIZZOL, Patrícia Miranda. **Tutela Coletiva**: Processo Coletivo e Técnicas de Padronização de Decisões. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

PLATÃO. **Fédon**. Tradução de Jorge Paleikat. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

_____. **O Banquete**. 2. ed. Tradução de Carlos Alberto Nunes. São Paulo: Vozes, 2013.

POLI NETO, Paulo; CAPONI, Sandra N. C. A Medicalização da Beleza. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, Botucatu, v. 11, n. 23, 2007.

PORTUGAL. **Constituição da República Portuguesa**. Lisboa: Assembleia da República, 1976.

POZZI, Sandro. EUA Querem Frear a Publicidade Oculta nas Redes Sociais: Agência Federal de Consumo Alerta as Celebridades Para que Especifiquem Claramente os Anúncios. **El País Brasil**, 09/08/2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/09/economia/1470732725_149140.html.

PRUDENTE, Eunice Aparecida de Jesus. Boa-fé e Ordem Pública: Os Fundamentos da Publicidade Consumerista. In: MORATO, Antonio Carlos; NERI, Paulo Tarso (Orgs.). **20 Anos de Código de Defesa do Consumidor**: Estudos em Homenagem ao Professor Geraldo Brito Filomeno. São Paulo: Atlas, 2010.

PUGLIESI, Márcio. **Teoria Geral do Direito**: Uma Abordagem Sistêmico-construcionista. São Paulo: Aquariana, 2023.

RAPOSO, Mário. Consentimento Informado na Relação Médico-paciente. **Separata da Revista O Direito**. Lisboa, a. 124.

RECUERO, Raquel. O Capital Social em Rede: Como as Redes Sociais na Internet Estão Gerando Novas Formas de Capital Social. **Contemporânea Comunicação e Cultura**, v. 10, n. 3, set./dez. 2012.

_____. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RESTA, Giorgio. O Acesso ao Material Biológico Humano com fins de Pesquisa e de Aproveitamento Industrial: Questões Relativas ao Consentimento e à Responsabilidade

- na Perspectiva do Direito Comparado. In: MARTINS-COSTA, Judith; MÖLLER, Letícia Ludwig (Org.). **Bioética e Responsabilidade**. Rio de Janeiro: Forense, 2009.
- RIVERO, Jean. **Les libertés publiques**. 7. ed. Paris: Presses Universitaires de France, 1974. v. 1: Les Droits de l'homme.
- ROBERTO, Luciana Mendes Pereira. **Responsabilidade Civil do Profissional de Saúde e o Consentimento Informado**. Curitiba: Juruá, 2005.
- RODYC, Wilson Carlos. O Controle da Publicidade. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor: Proteção da Confiança e Práticas Comerciais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010. v. 3.
- ROSENBERG, Leo. **Tratado de Derecho Processual Civil**. 1. ed. Buenos Aires: EJEA, 1955. v. 2.
- ROSENVALD, Nelson. **A Responsabilidade Civil pelo Ilícito Lucrativo: O Disgorgement e a Indenização Restitutória**. São Paulo: Juspodivm, 2024.
- ROSENVALD, Nelson; FARIAS, Cristiano Chaves de; NETTO, Felipe Peixoto B. **Novo Tratado de Responsabilidade Civil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2019.
- RUGGIERO, Roberto de. **Instituições de Direito Civil**. Tradução da 6. edição italiana por Paulo Roberto Benasse. Campinas: Bookseller, 1999.
- SACKETT, D. L. The Arrogance of Preventive Medicine. **CMAJ**, v. 167, n. 4, Aug. 20, 2002.
- SALOMÃO FILHO, Calixto. **Regulação da Atividade Econômica: Princípios e Fundamentos Jurídicos**. 2. ed. São Paulo: Malheiros, 2008.
- SANCHEZ TAYLOR, J. Buying and Selling Breasts: Cosmetic Surgery, Beauty Treatments and Risk. **The Sociological Review**, v. 60, 2012.
- SANTOS, Fernando Gherardini. **Direito do Marketing: Uma Abordagem Jurídica do Marketing Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2010.
- SARLET, Ingo Wolfgang. **A Eficácia dos Direitos Fundamentais**. 6. ed. rev., atual. e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2006.
- SARLET, Ingo Wolfgang; FIGUEIREDO, Mariana Flichtiner. Algumas Considerações sobre o Direito Fundamental à Proteção e Promoção da Saúde aos 20 anos da Constituição Federal de 1988. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 67, jul./set. 2008.
- SATZ, Debra. **Why Somethings Should Not be for Sale: The Moral Limits of Markets**. New York: Oxford University Press, 2010.
- SCHIER, Flora Margarida Clock. **A Boa-fé como Pressuposto Fundamental do Dever de Informar**. Curitiba: Juruá, 2006.

SCHMIDT, Mario Furley. **Nova História Crítica**. São Paulo: Nova Geração, 2007.

SCHMITT, Carl. **Teoría de la Constitución**. Madrid: Alianza Editorial Textos, 2009.

SCHMITT, Cristiano Heineck. La Vulnerabilidade del Consumidor en la Sociedad de Consumo: El daño por el Tiempo Perdido. In: ÁLVAREZ, Cesar Carranza (Coord.). **Temas Actuales de Derecho del Consumidor**. Lima: Ediciones Normas Juridicas SAC, 2017.

SCHRAIBER, Lilia Blima. **Educação Médica e Capitalismo**: Um Estudo das Relações Educação e Prática Médica na Ordem Social Capitalista. São Paulo: Hucitec/Rio de Janeiro: Abrasco, 1989.

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. **Narcisismo e Publicidade**: Uma Análise Psicossocial dos Ideais de Consumo na Contemporaneidade. São Paulo: Annablume, 2001.

SFEZ, Lucien. **A Saúde Perfeita**: Crítica de Uma Nova Utopia. São Paulo: Unimarco/Loyola, 1996.

SHIMURA, Sérgio. A legitimidade da associação para a ação civil pública. In: SAMPAIO, Aurisvaldo; CHAVES, Cristiano (coord.). **Estudos de direito do consumidor**: tutela coletiva - homenagem aos 20 anos da Lei da Ação Civil Pública. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005.

SHULTZ II, C. J.; HOLBROOK, M. B. The Paradoxical Relationships Between Marketing and Vulnerability. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 28, n. 1, 2009.

SILVA, A. F.; NEVES, L. S.; JAPUR, C. C.; PENAFORTE, T. R.; PENAFORTE, F. R. O. Construção Imagético-discursiva da Beleza Corporal em Mídias Sociais: Repercussões na Percepção Sobre o Corpo e o Comer dos Seguidores. **Revista Demetra**, 2018.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina da; TESSAROLO, Felipe Maciel. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. In: **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - São Paulo/SP, 2016.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 45. ed. São Paulo: Malheiros, 2024.

SILVA, Marcus Vinicius Fernandes Andrade da. **O Direito do Consumidor e a Publicidade**. São Paulo: MP, 2008.

SIMÃO, José Fernando. Responsabilidade pelo Vício do Produto: Comparação com a Responsabilidade por Vícios Ocultos. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da (Org.). **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2009.

SIQUEIRA, Antônio Jorge. As Representações do Corpo na Idade Média. **Vivência**, n. 33, 2011.

SOUZA, Neri Tadeu Câmara. **Responsabilidade Civil e Penal do Médico**. Campinas: LZN, 2003.

SPINK, Mary Jane Paris. Regulamentação das Profissões da Saúde - O Espaço de Cada Um. In: SPINK, Mary Jane Paris. **Psicologia Social e Saúde: Prática, Saberes e Sentidos**. Petrópolis: Vozes, 2003.

STARR, Paul. **The Social Transformation of American Medicine**. New York: Basic Books, 1982.

STEPHENS, D. L.; BERGMAN, K. The Americans With Disabilities Act: A Mandate for Marketers. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 14, n. 1, 1995.

STOCO, Rui. **Tratado de Responsabilidade Civil: Doutrina e Jurisprudência**. 9. ed. São Paulo: RT, 2013. t. I.

TABOSA, Fábio. **Código de Processo Civil interpretado**. Coordenação de Antonio Carlos Marcato. São Paulo: Atlas, 2008.

TARTUCE, Flávio. **Teoria do Risco Concorrente na Responsabilidade Objetiva**. 200f. Tese (Doutorado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2131/tde-30042013-151055/pt-br.php>.

TEIZEN JUNIOR, Augusto Geraldo. **A Função Social no Código Civil**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

TEPEDINO, Gustavo. A Responsabilidade Médica na Experiência Brasileira Contemporânea. In: TEPEDINO, Gustavo. **Temas de Direito Civil**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. t. II.

TERRÉ, François. Sur la Notion de Droits et Libertés Fondamentaux. In: CABRILLAC, Rémy; FRISON-ROCHE, Marie-Anne; REVET, Thierry. **Droits et Libertés Fondamentaux**. 3. ed. Paris: Dalloz, 1996.

THALER, R. H.; SUNSTEIN, C. R. Libertarian Paternalism. **American Economic Review**, 93(2), 2003.

TRINCA, Tatiana Pancaro. Pesos e Medidas: Padrões Impostos Comandam a Tirania do Corpo Perfeito. **Revista Sociologia, Ciência e Vida**. São Paulo: Escala, 2006.

TROPER, Michel; JAUME, Lucien (Dir.). **1789 et l'invention de la Constitution**. Paris: Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1994.

TURPIN, Dominique. **Les Libertés Publiques: Théorie Générale, Libertés de L'esprit, Liberté Individuelle, Liberté Sociales**. Paris: Dunod, 1993.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. **Science**, v. 185, n. 4.157, 1974.

OSLER, Willian. **Aequanimitas**: with other adresses to medical studentes nurses and practitioners of medicine. 3. ed. Philadelphia: P. Blakiston's Son & Co., 1914.
Disponível em: <https://archive.org/details/aequanimitas00osle>. Acesso em: 7 jun. 2025.

UCAR, Bruna; ROCHA, Everardo. **Isto é... Fantástico**: Televisão, Revista Eletrônica e Consumo no Brasil. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2012.

VAL, Olga Maria do. Política Nacional das Relações de Consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 11, jul./set. 1994.

VALLEJO FUSTER, Blanca Martínez. Los Derechos Humanos como Derechos Fundamentales: Del Análisis del Carácter Fundamental de los Derechos Humanos a la Distinción Conceptual. In: BALLESTEROS, Jesús (Ed.). **Derechos Humanos**: Concepto Fundamentos, Sujetos. Madrid: Tecnos, 1992.

VAMPRE, Spencer. **Tratado Elementar de Direito Comercial**. Rio de Janeiro: F. Briguiet, 1922. v. 1.

VARELLA, Antunes. **Da Obrigação em Geral**. Coimbra: Coimbra, 1980. v. II.

VEATCH, Robert Michael. Models for Ethical Medicine in a Revolutionary Age: What Physician-patient Roles Foster the Most Ethical Relationship? **The Hastings Center Report**, v. 2, n. 3, jun. 1972.

VENOSA, Silvio de Salvo. **Direito Civil**: Responsabilidade Civil. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2011. v. IV.

VERBICARO, Dennis; RODRIGUES, Lays; ATAÍDE, Camille. Desvendado a Vulnerabilidade Comportamental do Consumidor: Uma Análise Jurídico-psicológica do Assédio de Consumo. **Revista do Direito do Consumidor**, v. 119, ano 27, set./out. 2018.

VERBICARO, Dennis; VERBICARO, Loiane Prado; AZEVEDO, Camyla Galeão de. A Indústria Cultural e o Consumismo sob a Perspectiva da Mulher. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 123, a. 28, maio/jun. 2019.

WAMBIER, Teresa Arruda Alvim. **Controle das Decisões Judiciais por Meio de Recursos de Estrito Direito e de Ação Rescisória**: Recurso Especial, Recurso Extraordinário e Ação Rescisória: O que é uma Decisão Contrária à Lei? São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.

WATANABE, Kazuo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado Pelos Autores do Anteprojeto**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

_____. **Processo Civil**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1987.

WMA. **Declaration of Geneva**. Disponível em: <https://www.wma.net/policies-post/wma-declaration-of-geneva/>. Acesso em: 14 out. 2024.

WOOD, Ellen Meiksins. **A Origem do Capitalismo**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

ZAVASCKI, Teori Albino. **Processo Coletivo: Tutela de Direitos Coletivos e Tutela Coletiva de Direitos**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.