



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

Publicidade abusiva X Publicidade Enganosa

AUTOR PRINCIPAL: João Gabriel Pasqualotto

CO-AUTORES: Leonardo Silva

ORIENTADOR: Rogerio da Silva

UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO

O Capitalismo, através de sua busca incessante pelo lucro, faz com que empresas criem e aperfeiçoem ininterruptamente seus produtos e serviços. A publicidade tem o objetivo de criar necessidades e, muitas vezes, induzir o consumidor em erro ou a se comportar de forma prejudicial e perigosa à sua saúde. Mediante isto, o trabalho foi desenvolvido com o intuito de repassar ao consumidor as principais diferenças entre Publicidade Abusiva e Publicidade Enganosa, visando informá-los de seus direitos básicos e as medidas que podem ser tomadas uma vez que estas modalidades de publicidade forem evidenciadas.

DESENVOLVIMENTO:

A pesquisa foi realizada através de procedimentos realizados no projeto Balcão do Consumidor (Passo Fundo), junto de bibliografias e análise de casos concretos. Nesta, foi evidenciado as distinções entre as duas modalidades de publicidade, sendo elas a Publicidade Abusiva e a Publicidade Enganosa.

A primeira, caracteriza-se como uma publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite a violência, explore o medo ou a superstição, e, ainda, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança. (Art. 37 § 2º).

A segunda, abrange qualquer modalidade de informações ou comunicações de caráter publicitário, inteiro ou parcialmente falso, mesmo que por omissão, que induz o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança. (Art. 37 § 1º).

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Portanto, caso o consumidor evidencie alguma situação de publicidade abusiva ou enganosa, poderá denunciar aos órgãos de defesa do consumidor, tais como o PROCON, Balcão do Consumidor (UPF), Ministério Público, ou ainda, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR).

REFERÊNCIAS

BEREZOWSKI, Maria Leonice Silva, A publicidade abusiva e enganosa no código de defesa do consumidor e os reflexos na atividade do fornecedor.

RAMOS, Ana Carenina Pamplona Pinho. Publicidade enganosa e abusiva à luz do Código de Proteção e Defesa do Consumidor.