

# IV SEMANA DO CONHECIMENTO

COMPARTILHANDO E FORTALECENDO  
REDES DE SABERES

6 A 10 DE NOVEMBRO DE 2017



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

**Publicidade Enganosa.**

**AUTOR PRINCIPAL:** Pablo Spinelli

**CO-AUTORES:**

**ORIENTADOR:** Gabriela Werner Oliveira

**UNIVERSIDADE:** Universidade de Passo Fundo - Faculdade de Direito.

## **INTRODUÇÃO:**

A publicidade é um dos principais meios de comunicação, com objetivo de informar o consumidor, para que o mesmo tenha um conhecimento prévio do produto ou serviço que pretende adquirir. Porém, além de meio de informação, é também uma forma de persuasão, ao ponto que, quando alguém faz um anúncio, não espera simplesmente informar o consumidor da existência daquele produto ou serviço, mas, sim, vender o que está sendo anunciado. Nesse sentido, o presente trabalho visa analisar os limites da publicidade à luz do Código de Defesa do Consumidor, de modo a verificar o que se considera como publicidade enganosa.

## **DESENVOLVIMENTO:**

O método de procedimento utilizado para o desenvolvimento da presente pesquisa foi o documental, pela análise da legislação nacional, especialmente o Código de Defesa do Consumidor.

Uma das principais formas de persuasão da publicidade é anunciar algo, como indispensável na vida de uma pessoa, colocando aquela que não possui o produto em uma situação de discriminação na sociedade. Isso faz com que o consumidor acabe adquirindo algo supérfluo, sem uma real necessidade em sua vida. Esse é um dos métodos mais eficazes para as empresas conseguirem induzir o consumidor, mesmo de forma equivocada, a adquirir cada vez mais. Dessa forma também, exercendo uma grande influência sobre sociedade, nos seus padrões de vida, de pensamentos, comportamentos das pessoas.

A publicidade enganosa está tipificada no artigo 37, parágrafo primeiro, do Código de Defesa do Consumidor, o qual prevê que "É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou,

# IV SEMANA DO CONHECIMENTO

COMPARTILHANDO E FORTALECENDO REDES DE SABERES

6 A 10 DE NOVEMBRO DE 2017



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”. Já no parágrafo terceiro de referido artigo: “Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.” A publicidade enganosa, causa no consumidor uma indecisão na hora de adquirir, induzindo ao erro, pois se fosse bem informado pelo anúncio, não adquiriria aquele produto ou serviço que estava sendo anunciado.

Não é necessário da vontade do fornecedor ou publicitário, a intenção de enganar, basta induzir o consumidor ao erro, não sendo necessária a existência de um dano. Para se ter uma noção da gravidade de uma propaganda enganosa, analisa-se que além do maior prejudicado (consumidor), os concorrentes também saem prejudicados, ao ponto daquele que cumpre com seu anúncio de acordo com as normas legais, perde o cliente para a empresa que não tem a mesma atitude. Assim, o cumprimento do disposto na legislação é primordial não apenas para o respeito aos direitos do consumidor, como para assegurar uma concorrência leal.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Entende-se que a publicidade é uma ferramenta muito importante para o mercado consumerista e deve-se estar ciente que ela influencia de sobremaneira o consumidor em suas escolhas. Portanto, deve ser utilizada de forma a não infringir, em hipótese alguma, o artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor, sob pena de ser considerada publicidade enganosa.

## REFERÊNCIAS:

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)

<https://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/saiba-que-fazer-diante-de-propagandas-enganosas-19095485>

**NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa):** Número da aprovação.

# IV SEMANA DO CONHECIMENTO

COMPARTILHANDO E FORTALECENDO  
REDES DE SABERES

6 A 10 DE NOVEMBRO DE 2017



## ANEXOS:

Poderá ser apresentada somente uma página com anexos (figuras e/ou tabelas), se necessário.