

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE

BACHARELADO EM DIREITO

JEANNE LIMA DE ALMEIDA

**PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA E SEU EFEITO SOBRE O
CONSUMIDOR**

Aracaju

2015

JEANNE LIMA DE ALMEIDA

**PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA E SEU EFEITO SOBRE O
CONSUMIDOR**

**Monografia apresentada a Faculdade de
Administração e Negócios de Sergipe –
FANESE como um dos requisitos para
obtenção de grau de bacharel em Direito.**

Orientador: Alessandro Buarque Couto

**Aracaju
2015**

JEANNE LIMA DE ALMEIDA
PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA E SEU EFEITO SOBRE O
CONSUMIDOR

Monografia apresentada, como exigência parcial para obtenção do título de bacharel em Direito, à comissão julgadora da Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE.

Aprovada em ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Alessandro Buarque Couto
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE

Clara Angélica Gonçalves
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE

Patrícia Andréa Cáceres da Silva
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe - FANESE

Dedico este trabalho a Deus, ao meu presente maior que é o meu filho, à minha mãe, e a todos que de alguma forma passaram pela minha vida e ajudaram de uma forma ou de outra, durante minha caminhada acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, acima de tudo, a Deus, pela luz, paciência, persistência, e pela dádiva da vida! Aos meus professores, sem exceção, pela dedicação, pelos ensinamentos e pela amizade. A toda minha família, pela ajuda, esforço e incentivo para que eu pudesse percorrer este caminho e completar mais esta etapa da minha vida. Aos meus amigos, pelos momentos maravilhosos que fazem com que esqueçamos os difíceis, nos deixando mais fortes para enfrentarmos as dificuldades e os desafios. E a todos aqueles que de uma forma ou de outra colaboraram para que eu pudesse conquistar esta importante vitória.

Em especial ao meu filho Heitor, o homem mais importante da minha vida, que sempre me apoiou em meus projetos;

À minha mãe, por tomar conta de meu filho para que ele não sentisse tanto a minha falta, cuidando dele com muito carinho e amor.

À minha avó, que torceu por mim nessa nova empreitada;

Ao meu irmão mais velho, que esteve sempre ao meu lado, assumindo a minha microempresa enquanto eu estudava;

Ao meu pai, que esteve sempre ao lado;

À minha madrinha, que esteja onde estiver sempre estará torcendo por mim;

À minha tia, que me apoia sempre em todos os meus projetos;

À minha amiga Roseane Tavares, que sempre abre meus olhos para ser objetiva e otimista em tudo aquilo que decido fazer;

Às colegas do Sesi, que torcem sempre por mim;

Ao meu professor de natação, Fábio Gonçalves que acredita e faz com que eu acredite nas minhas potencialidades;

Ao meu amigo Ernani Moura, que estará comigo mesmo depois da faculdade;

A meu amigo Lívio Spencer, que quando está com fome ninguém pode falar com ele, mas comigo é sempre positivo;

Ao coordenador do curso, Pedro Durão, que desde o primeiro dia de faculdade nos recebeu com palavras de incentivo que guardo até hoje, se transformando em meu amigo;

Ao subcoordenador do curso, Vitor Condorelli, que sempre esteve presente ajudando aos alunos;

Ao professor Sandro Costa, que nunca me negou nada. Possibilitando, sempre que possível, minha participação nas audiências dos Fóruns em que trabalha;

Ao meu orientador Alessandro Buarque Couto, pela paciência e confiança depositadas;

À minha prima Márcia Regina, que me ajudou na correção e formatação do projeto;

E por fim, agradeço àqueles que mesmo desejando meu mal, não tenham conseguido fazer com que eu desistisse e seguisse sempre em frente.

Liberdade é o direito de fazer tudo o que a lei permite.

Barão de Montesquieu

RESUMO

Este trabalho visa demonstrar aos interessados no assunto, o real efeito que a publicidade enganosa e abusiva faz ao consumidor.

Define a publicidade, o conceito de fornecedor e o consumidor, as técnicas utilizadas para conseguir tal efeito, qual a responsabilidade de ambos os envolvidos na relação de consumo, a diferenciação da publicidade enganosa e abusiva, e por fim, como o consumidor se classifica dentro do mundo jurídico, como se proteger e atuar diante do mercado que hoje garante seus direitos e inflamam a consciência da busca de entendimento de seus deveres.

Assim, o efeito da publicidade enganosa e abusiva no mundo da globalização, torna-se uma técnica ainda realizada, mas com garantias essenciais para que tanto o consumidor quanto o mercado possa combatê-la.

Palavras chaves: publicidade, fornecedor e consumidor.

ABSTRACT

This work aims to show interested in the subject the actual effect that the misleading and abusive advertisements is the consumer.

Defines advertising, the concept of supplier and the consumer, the techniques used to achieve this effect, which the liability of both involved in the consumption, the differentiation of misleading and abusive advertising, and finally as the consumer is classified within the law, such as to protect and act on the market today that guarantees their rights and ignites the consciousness of seeking understanding of their duties.

Thus, the effect of misleading and abusive advertising in the world of globalization, it is a technique still held, but with essential safeguards for both the consumer and the market can fight it.

Keyword: advertising, supplier, consumer.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. A PUBLICIDADE.....	12
2.1. Surgimento da Publicidade no Brasil.....	14
2.2. Conceito de fornecedor e de consumidor.....	17
3. A SOCIEDADE DE CONSUMO E O DIREITO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	20
3.1. O Código de Defesa do Consumidor	22
3.2. A Publicidade e seu Controle no Direito do CDC.....	24
4. A RESPONSABILIDADE CIVIL	29
4.1. A Responsabilidade civil do fornecedor.....	29
4.2. A Responsabilidade civil da agência.....	31
5. PUBLICIDADE ILÍCITA.....	36
5.1. A Publicidade enganosa.....	36
5.2. A Publicidade abusiva.....	43
6. CONCLUSÃO	48
REFERÊNCIAS	51