

A PUBLICIDADE ENGANOSA E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

INTRODUÇÃO

O presente trabalho objetiva expor o que preleciona o Código de Defesa do Consumidor acerca da publicidade enganosa, visto que, é direito do consumidor ter plena ciência do que está adquirindo, de forma a ostentar informações claras e diretas sobre os produtos ofertados, considerando-se enganosa, toda publicidade voltada a ludibriar o consumidor e induzi-lo ao erro.

DESENVOLVIMENTO

Para Tartuce e Amorim (2014), a publicidade enganosa conduz o consumidor ao engano, levando-o a crer que o produto oferecido possui determinadas características e qualidades, quando, na verdade, estas inexistem. Ou, ainda, nas hipóteses em que o consumidor deixa de ser informado acerca de dados essenciais do produto ou serviço.



Figura 1: Amigos consumindo cerveja juntos.

À luz do entendimento de Fabrício Bolzan (2013), a publicidade enganosa dividir-se-ia em duas modalidades, sendo elas, por comissão e omissão. A publicidade enganosa por comissão, por sua vez, induz o consumidor ao erro ao alegar algo inexistente e contrário à realidade, como ocorre nas propagandas de cerveja, as quais ilustram situações de alegria, não mencionando os malefícios do produto. Em contrapartida, a publicidade enganosa por omissão é aquela pela qual deixa-se de informar ao consumidor algo de grande relevância sobre o produto ou serviço, e, por conseguinte, influenciando em seu comportamento, como por exemplo, deixar de informar os malefícios da ingestão imoderada de determinada bebida alcoólica.

CONCLUSÃO

Desta feita, em consonância aos ensinamentos supramencionados, e, no que tange o art.37, § 1º, CDC, insta mencionar que basta haver potencial de engano ao consumidor para que a publicidade enganosa seja caracterizada, não havendo, portanto, necessidade de comprovação de erro, ou, até mesmo, de dolo ou culpa daquele que difunde as informações nos anúncios publicitários. Ademais, tal prática constitui crime a ser punido com pena de detenção, a ser cumprida de três meses a um ano, ou, até mesmo, com pena de multa, nos termos dos artigos 66 e 67 do Código de Defesa do Consumidor. (BOLZAN, 2013).

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. **Direito do Consumidor esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2013.
- TARTUCE, Flávio; AMORIM, Daniel. **Manual de Direito do Consumidor**. 3ª ed. São Paulo: Método, 2013.
- BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm >. Acesso em: 12.out.2017. Horário: 19h00.