Formas de defesa do consumidor contra publicidade enganosa em Midias Digitais

Autor(res)

Eduardo Augusto Gonçalves Dahas
Maria Eduarda Albano Da Silva
Ivone Alves De Sousa Santos
Alexandre Fonseca Monteiro De Castor
Amanda Ferreira De Souza

Categoria do Trabalho

Extensão

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA

Introdução

Neste trabalho vamos analisar possíveis formas de defesa do consumidor contra publicidades enganosas nos meios de comunicação digital. Com a popularização das mídias digitais, ferramenta que é de extrema importância para divulgação seja para quem já está no ramo a muito tempo ou para quem está começando agora. No entanto, muitas vezes essas propagandas podem ser enganosas, induzindo os consumidores a erros. Diante dessa realidade, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) surge como um importante instrumento de proteção, é através dele que o consumidor pode ter seus direitos respeitados e garantidos.

Objetivo

A finalidade desse trabalho é fazer uma análise e compreender quais os mecanismos de defesa do consumidor contra publicidades enganosas em mídias digitais e o que pode ser feito para que os consumidores não caiam nesse tipo de propaganda enganosa. Com a crescente digitalização das relações de consumo, as propagandas online têm um impacto muito grande nas escolhas dos consumidores.

Material e Métodos

No presente estudo foram realizadas pesquisas bibliográficas para enriquecer este trabalho e para chegarmos aos resultados finais, tendo como meios de fundamentação sites de reputação e pesquisas referentes defesa do consumidor, decreto 7.962/2013 e também no CDC (Código de defesa do Consumidor) Art. 37 lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Artigos disponíveis on-line reunindo e comparando os diferentes dados encontrados.

Resultados e Discussão

A publicidade enganosa, segundo o art. 37 do CDC, é aquela que contém informações falsas ou omite dados essenciais sobre produtos e serviços, levando o consumidor a uma decisão de compra equivocada. Nas mídias digitais, a situação se agrava pela rápida disseminação e alcance dessas propagandas. Para se proteger é importante que o consumir faça denúncia diante do órgão competente por exemplo: PROCON, secretaria nacional do consumidor (Senacon), reclamação formal em plataformas como o site “ reclame aqui” que ajuda vários

consumidores na resolução desses problemas, também pode ser ajuizado uma ação contra a empresa para reparar o dano causado, fazer a denúncia para a empresa responsável pelo site ou rede social onde está sendo divulgado o golpe ou propaganda enganosa.
Além disso existe o Decreto 7.962/2013, que regulamenta o comércio eletrônico e estabelece que as informações devem ser sempre claras e objetivas.

Conclusão

A defesa do consumidor contra publicidades enganos em mídias digitais é uma questão que exige atenção e conhecimento de direitos. O CDC oferece mecanismos importantes, mas é essencial que os consumidores sejam proativos, denunciando irregularidades e buscando seus direitos quando necessário. Com a digitalização das relações de consumo, a conscientização sobre a proteção legal é crucial para evitar prejuízos e garantir que as empresas mantenham práticas justas e transparentes.

Referências

• Art. 37 do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990)

• Decreto 7.962/2013 (Comércio Eletrônico)
• MIRAMONTI, Maura Luísa. TCC - Publicidade Enganosa em Mídias Digitais. Repositório FDV. Disponível em: chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.fdv.br:8080/bitstream/fdv/1574/1/TCC%20-%20Maura%20Lu%C3%ADsa%20Miramonti%20-%20ok.pdf.
• Mecanismos de Defesa do Consumidor contra Publicidade Enganosa. YouTube, publicado por [nome do canal]. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=InJ1r0-YIGo.

• GALDINO, Júlio Vitor Bezerra. Proteção ao Consumidor no E-commerce: A Publicidade Enganosa no Meio Virtual. Disponível em: chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://sis.unileao.edu.br/uploads/3/DIREITO/D793.pdf.