

AS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E AS IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS – DILEMAS DECORRENTES DA PUBLICIDADE ENGANOSA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

ACADÊMICA: **Patrícia Rezende Ribeiro**

ORIENTADOR: **Jeferson Puel**

EXAMINADOR: **Hernani Luiz Sobierajski**

EXAMINADORA: **Patrícia de Oliveira França**

RESUMO

A presente monografia visa discorrer sobre os dilemas decorrentes da publicidade enganosa, no âmbito das campanhas publicitárias que se utilizam das imagens ditas como meramente ilustrativas. Utilizando-se do método dedutivo, partindo de argumentos genéricos para atingir o tema proposto, com suportes doutrinários, de legislação e jurisprudencial. Inicia-se trazendo à baila o contexto evolutivo do Direito do Consumidor, com seus conceitos e características, evidenciando os elementos que formam a relação de consumo, bem como os direitos do consumidor. Apresenta o conceito de publicidade, a sua natureza jurídica e os princípios que a regem no âmbito do CDC, destacando o seu poder de influência nos indivíduos e nas relações de consumo. Ressalta a importância dos sistemas de controle e formas de proteção do consumidor frente à publicidade enganosa. Adentra-se na técnica publicitária que se utiliza das imagens meramente ilustrativa, como forma de publicidade enganosa e, por fim, cotejam-se as decisões a respeito do assunto. Diante dos elementos expostos, constata-se que, a imagem dita como meramente ilustrativa e que não seja apresentada de forma clara, precisa e ostensiva, sem subterfúgios ou possibilidades de interpretações dúbias, poderá ser considerada como publicidade enganosa.

PALAVRAS-CHAVE: *Direito do Consumidor. Publicidade Enganosa. Imagem Meramente Ilustrativa.*