

A PUBLICIDADE ENGANOSA NO INSTAGRAM E A IMPORTÂNCIA DO DIREITO DO USUÁRIO NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

Gabrielle Fracola Mendes, Moisés Tomaz Gasi De Castro, Edson Roberto Bogas Garcia.

Resumo: A publicidade enganosa, veiculada em mídias digitais, é uma prática muito comum no Brasil e leva o consumidor a erro, pois ela promete algo que não é real. Apesar disso, desperta o desejo do indivíduo, levando-o à aquisição de um determinado produto, marca ou serviço. A partir disso, o objetivo do presente artigo é verificar esse tipo de anúncio, especificamente no Instagram, e a importância do direito do usuário na legislação brasileira acerca dessa prática. A pesquisa se justifica, tendo em vista que as novas mídias facilitam a sedução dos consumidores que se submetam a golpes por falta de informação ou de conhecimento. Sendo assim, é fundamental que as pessoas saibam de seus direitos para não serem lesadas em relação a alguma publicidade enganosa. A metodologia utilizada foi uma pesquisa básica e aplicada, observando e analisando resultados obtidos que partem de uma revisão literária, cuja coleta de dados se baseou em leituras de obras pesquisadas na biblioteca física e online da Unifev, bem como em materiais selecionados em bancos de dados de repositórios nacionais online, tais como o Google Acadêmico, entre outros; portanto, os riscos da investigação foram mínimos. Além disso, foi elaborada uma análise de peças publicitárias retiradas do Instagram, cuja finalidade foi detalhar os fatos ocorridos com os consumidores dos produtos/marcas/serviços anunciados para ilustrar a temática. Por fim, concluiu-se que, para analisar a veracidade da publicidade nessa plataforma, o usuário deve verificar há quanto tempo a conta em questão está ativa, se há constância nas publicações, pesquisar os comentários nos posts e se os seguidores são reais ou não. Além disso, é fundamental que leia as regras de diretrizes dessa mídia e também saiba seus direitos, caso ocorra um golpe.

Palavras-chave: consumidor; Instagram; publicidade enganosa

AFONSO, Luiz Fernando. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor Idoso**. São Paulo. Grupo GEN, 2013. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522480227/>. Acesso em: 19 set. 2022

COELHO, Fábio Ulhoa. **Novo manual de Direito Comercial**. 31. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2012

RAUPP, Daniele; EICHLER, Marcelo Leandro. **A rede social Facebook e suas aplicações no ensino de química**. RENOTE, Porto Alegre, v. 10, n. 1, 2012.p. 2. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/renote/article/view/30860>. Acesso em: 18 set. 2022