

# **X CONGRESSO DA FEPODI**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES  
NA ORDEM SOCIAL E ECONÔMICA (ON-LINE)**

---

A532

Anais do X Congresso da Fepodi [Recurso eletrônico on-line] organização X Congresso da Fepodi: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campo Grande;

Coordenadores: Abner da Silva Jaques, João Fernando Pieri de Oliveira e Lívia Gaigher Bósio Campello – Campo Grande: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-798-4

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Desenvolvimento, responsabilidade e justiça: a função da ciência jurídica no aperfeiçoamento da sociedade.

1. Desenvolvimento. 2. Responsabilidade. 3. Justiça. I. X Congresso da Fepodi (1:2023 : Campo Grande, MS).

CDU: 34

---



# **X CONGRESSO DA FEPODI**

## **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES NA ORDEM SOCIAL E ECONÔMICA (ON-LINE)**

---

### **Apresentação**

A Federação Nacional de Pós-Graduandos em Direito (FEPODI) realizou, nos dias 07, 08 e 09 de agosto de 2023, o X Congresso Nacional da FEPODI, em formato híbrido, adotando o seguinte eixo temático: “Desenvolvimento, Responsabilidade e Justiça: A função da Ciência Jurídica no aperfeiçoamento da Sociedade”, justamente para corroborar o compromisso institucional em promover a integração ensino-pesquisa-extensão entre os corpos discente e docente da Graduação e Pós-Graduação.

Para a realização do evento, contamos com o essencial apoio do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI), do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), do Observatório de Direitos Humanos, Acesso à Justiça e Desenvolvimento Sustentável da UFMS e do Centro Universitário UNIGRAN Capital.

Mais uma vez a abrangência de nosso trabalho alcançou as cinco regiões brasileiras, recebendo participantes vinculados a Instituições de Ensino Superior de 13 estados, dentre eles graduandos, graduados, especializandos, especialistas, mestrandos, mestres, doutorandos e doutores, todos empenhados na missão de contribuir com o rumo da pesquisa no direito. O interesse de nossos alunos mostra à comunidade acadêmica que a pesquisa é capaz de criar espaços comuns para o diálogo, para a reflexão e para o intercâmbio de experiências.

Fruto de um trabalho coletivo, na décima edição do evento, após o processo de submissão dos trabalhos e suas respectivas duplas avaliações às cegas, foram aprovados 273 resumos expandidos para apresentação, distribuídos em 11 Grupos de Trabalhos, sendo 9 deles presenciais e 2 on-lines, que buscaram contemplar as mais variadas áreas do direito, além de mais de 700 acadêmicos inscritos como ouvintes para o evento.

Sempre acreditamos que o formato utilizado para a apresentação dos trabalhos (resumos expandidos) auxilia consideravelmente o desenvolvimento acadêmico, ao passo que permite ao pesquisador apresentar as ideias iniciais sobre um determinado tema e melhor desenvolvê-las a partir das contribuições que são concedidas, nos Grupos de Trabalho, por docentes ligados a renomadas Instituições de Ensino Superior do país, os quais indicam sempre bons caminhos para o aperfeiçoamento da pesquisa.

Os Anais que ora apresentamos já podem ser considerados essenciais no rol de publicações dos eventos científicos, pois além de registrar conhecimentos que passarão a nortear novos estudos em âmbito nacional e internacional, revelam avanços significativos em muitos dos temas centrais que são objeto de estudos na área jurídica e afins.

Assim, com esse grande propósito, apresentamos uma parcela do que representa a grandiosidade do evento científico, como se fosse um retrato de um momento histórico, com a capacidade de transmitir uma parcela de conhecimento, com objetivo de propiciar a consulta e auxiliar no desenvolvimento de novos trabalhos, tudo com vistas a ampliar o acesso ao conhecimento e a democratizar a pesquisa no Brasil.

Esperamos que todos possam aproveitar a leitura.

Abner da Silva Jaques

Presidente da Federação Nacional dos Pós-Graduandos em Direito - FEPODI

João Fernando Pieri de Oliveira

Vice-presidente da Comissão de Acadêmicos e Estagiários da OAB/MS

Lívia Gaigher Bósio Campello

Coordenadora do Observatório de Direitos Humanos, Acesso à Justiça e Desenvolvimento Sustentável

# **DEFESA DO CONSUMIDOR NO CONTEXTO DA GLOBALIZAÇÃO: UM EXAME SOBRE A “BLACK FRIDAY”**

## **CONSUMER DEFENSE IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION: AN EXAMINATION OF “BLACK FRIDAY”**

**Maria Eduarda Senna de Miranda Vilalba  
Guilherme Maciulevicius Mungo Brasil <sup>1</sup>  
Samara Olivio Machado**

### **Resumo**

A pesquisa objetiva discutir sobre as condutas irregulares praticadas pelos fornecedores durante a “black Friday”. A problemática consiste em analisar, no contexto da globalização, como esse período supostamente promocional tem sido utilizado para lesar direitos dos consumidores. A justificativa está relacionada à necessidade de pensar formas de proteger o consumidor (parte hipossuficiente na relação de consumo) e, assim, garantir que haja a maximização de benefícios em seu favor. O método de abordagem é o dedutivo, através de pesquisa bibliográfica e documental – baseando-se na Constituição Federal de 1988, em normas legais como o Código Civil, Código de Defesa do Consumidor (CDC).

**Palavras-chave:** Direito do consumidor, Black Friday, Código de Defesa do Consumidor

### **Abstract/Resumen/Résumé**

The research aims to discuss the irregular conduct practiced by suppliers during "black Friday". The problem is to analyze, in the context of globalization, how this supposedly promotional period has been used to harm consumers' rights. The justification is related to the need to think about ways to protect the consumer (a hyposufficient part of the consumption relationship) and, thus, ensure that there is a maximization of benefits in their favor. The method of approach is deductive, through bibliographical and documentary research – based on the Federal Constitution of 1988, on legal norms such as the Civil Code, Consumer Protection Code (CDC).

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Consumer law, Sexta-feira negra, Consumer protection code

---

<sup>1</sup> Orientador

## INTRODUÇÃO

O Direito do Consumidor se faz presente a partir do momento em que o indivíduo realiza uma compra, seja de um serviço ou de um objeto cotidiano, como um eletrodoméstico, no qual o fornecedor do produto adquire vantagem financeira, ainda que indireta. Este direito está assegurado constitucionalmente e, principalmente, na Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, estabelecendo princípios, regras e medidas corretivas para combater as irregularidades praticadas nesta relação, em desfavor do consumidor.

A globalização refere-se ao processo de integração econômica, política e cultural entre diferentes países e regiões, gerado em uma maior interconexão e interdependência global. Esse fenômeno tem influenciado significativamente as relações de consumo e, conseqüentemente, o Direito do Consumidor.

Desta forma entende-se que os interesses do consumidor é um direito fundamental e devem ser respeitados. Contudo, apesar da criação de uma lei específica para os interesses do consumidor e mesmo havendo um princípio constitucional, o consumidor ainda vem sofrendo cada vez mais práticas abusivas, principalmente em datas comemorativas.

Sendo assim, o presente trabalho visa a trazer conhecimento aos consumidores sobre seus direitos e deveres, como também quais medidas devem e podem ser adotadas diante de um conflito inesperado, através da Lei nº 8.078/1990. Nesse sentido, o objetivo geral da pesquisa é compreender como as práticas abusivas surgem e apresentar mecanismos que auxiliem para a orientação dos consumidores sobre os seus direitos e deveres, durante a *Black Friday*.

A problemática consistirá em analisar, no contexto da globalização, como esse período supostamente promocional tem sido utilizado para lesar direito dos consumidores. A justificativa está relacionada à necessidade de pensar formas de proteger o consumidor (parte hipossuficiente na relação de consumo) e, assim, garantir que haja a maximização de benefícios em seu favor.

O método de abordagem é o dedutivo, através de pesquisa bibliográfica e documental – baseando-se na Constituição Federal de 1988, em normas legais como o Código Civil, Código de Defesa do Consumidor (CDC).

## 1 A EVOLUÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR E SUAS CARACTERÍSTICAS ATUAIS NO BRASIL

A relação de consumo está presente desde o início da concepção e formação da sociedade civil organizada, que, com o passar do tempo, consolidou-se ainda mais no Brasil e no mundo, pois vivemos em uma sociedade regida pelo capitalismo que influencia o indivíduo a consumir cada vez mais bens materiais duráveis e não duráveis. Desta forma, foi necessário determinar e regulamentar a responsabilidade de prestação de serviços, feitas tanto por sociedades empresária como em todos os setores do comércio em geral (NUNES, 2018).

Com o advento da Revolução Industrial (1760-1840) houve o aumento da lei da oferta e procura, marcando o início da produção em série e os camponeses passaram a ser escravos de seu próprio trabalho, surgindo o anseio por uma legislação que protegesse os direitos dos consumidores (NUNES, 2018).

Nesse sentido, destaca Rizzatto Nunes (2018, p. 30):

Com o crescimento populacional nas metrópoles, que gerava aumento de demanda e, portanto, uma possibilidade de aumento da oferta, a indústria em geral passou a querer produzir mais, para vender para mais pessoas (o que era e é legítimo). Passou-se então a pensar num modelo capaz de entregar, para um maior número de pessoas, mais produtos e mais serviços. Para isso, criou-se a chamada produção em série, a “standartização” da produção, a homogeneização da produção.

Diante disso, pode-se afirmar que a Revolução Industrial foi um marco histórico que possibilitou as transformações sociais e econômicas necessárias para a evolução da Inglaterra e do mundo. Contudo, importante destacar que, com o crescimento do comércio os conflitos começaram a surgir pois a intensificação das produções, fez com que o fornecedor corresse o risco de o produto não ser igual ao outro, com a consequência de ser responsabilizado (GRINOVER, 2019).

Nesta seara, dispõe Altamiro José dos Santos (1987, p. 48):

Antes da era industrial, o produtor-fabricante era simplesmente uma ou algumas pessoas que se juntavam para confeccionar peças e depois trocar os objetos (bartering). Com o crescimento da população e o movimento do campo para as cidades, formam-se grupos maiores, a produção aumentou e a responsabilidade se concentrou no fabricante, que passou a responder por todo o grupo.

A Revolução Francesa (1789-1799) foi um movimento importante pois marca o fim do absolutismo e o começo da República. Durante este período houve a criação de direitos civis e políticos, que influenciaram no Brasil (GRINOVER, 2019).

Nos Estados Unidos, a proteção ao consumidor surgiu em meados do século XIX, através da Lei Sherman que é uma lei “antitruste” americana. Trata-se de uma inovação para os Estados Unidos à época, que estabelecia a regulação contra as atividades econômicas

ilegais que ocorriam nesse período. Contudo, somente a partir do ano de 1960 com o surgimento de movimentos consumeristas, que essa lei se tornou um marco histórico, ao ponto de influenciar outras potências mundiais (GRINOVER, 2019).

Já no Brasil, até a devida criação do Código de Defesa do Consumidor, os conflitos existentes nas relações civis (o termo “relação de consumo” nasce apenas com a égide do CDC) eram regidos pelo Código Civil de 1916, uma vez que não havia nenhuma lei específica que amparasse o consumidor.

Um dos princípios apresentados pela Constituição Federal promulgada em 1988 que concedem a margem para a discussão consumerista está elencada no art. 1º, inciso IV que apresenta como fundamento os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa. Quando observamos o texto da Constituição, percebemos que ela inteligentemente aprendeu com a história e também com o modelo de produção industrial apresentado pela Revolução Industrial e principalmente o momento pós-segunda guerra mundial, que trouxe à tona não só discussões acerca da vida humana, mas também da proteção dos trabalhadores em geral, assim como dos setores de produção (NUNES, 2018).

O Código de Defesa do Consumidor entrou em vigor em 11 de março de 1991, no Governo Collor (1982 – 1992) através do congressista Jutahy Magalhães, senador na época pelo Estado da Bahia, o qual apresentou o PLS 97/1989, e a elaboração do Código de Defesa do Consumidor foi incluída na Constituição de 1988 pela Assembleia Constituinte, prevista no art. 48, do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias do texto constitucional (BRASIL, CRFB, 1988).

No ano de 1985, a ONU durante sua Sessão Plenária cria o princípio da vulnerabilidade do consumidor na Resolução de nº 39/248 reconhecendo que o consumidor merece esse amparo jurídico nas relações de consumo.

Além do CDC, outras leis e regulamentações foram promulgadas ao longo dos anos para fortalecer a proteção do consumidor. O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) foi criado para articular e integrar a atuação dos órgãos de proteção ao consumidor em nível federal, estadual e municipal. A evolução do direito do consumidor continua em curso, à medida que surgem novas demandas e desafios (GRINOVER, 2019).

Destarte, os acontecimentos históricos aqui destacados corroboraram para a instauração de uma Lei igualitária e moderna, capaz de garantir os interesses do consumidor que tem como pedra basilar a Constituição Federal de 1988.

## **2 AS PRÁTICAS ABUSIVAS E DE PUBLICIDADE IRREGULAR NO DIREITO BRASILEIRO VIGENTE**

A *Black Friday* é um movimento que antecede as festas de final de ano com o objetivo de promover descontos em produtos que podem ser adquiridos através do e-commerce e na loja física (LAS CASAS, 2013).

O *e-commerce* é um mercado eletrônico que disponibiliza sua plataforma para a venda de mercadorias onde todo o procedimento de atendimento, informações, modalidades de pagamentos e entrega, são online. Entretanto, trouxe questões relacionadas à segurança das transações on-line, proteção de dados pessoais e responsabilidade dos intermediários digitais. Para lidar com essas questões, foram implementadas medidas como a regulamentação do comércio eletrônico, a proteção de dados e a criação de negociação de resolução de conflitos online (LAS CASAS, 2013).

No Brasil o foco de vendas está presente no período da *Black Friday* através do *e-commerce*, prova disso é que no ano de 2019, com a pandemia da doença provocada pelo Corona Vírus – (COVID 19), o aumento de vendas on-line expandiu, pois, as pessoas não podiam sair de casa para fazer compras.

Com isso, a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) constatou que em 2020 foi o melhor ano para o comércio eletrônico, onde teve o crescimento das vendas online em 73,88% (TERRAZZAN, 2021).

Desta forma, o *e-commerce* tem sido a escolha de muitos consumidores pela praticidade em realizar uma compra em alguns minutos, sem precisar sair do conforto do seu lar, do seu horário de trabalho ou até mesmo por falta de tempo de ir até uma loja para realizar a compra do produto desejado.

As práticas abusivas são aquelas que colocam o consumidor em desvantagem na relação de consumo e que acarretam prejuízos materiais e morais (SHIMP, 2002).

São consideradas práticas abusivas: condicionar o fornecimento de produtos, recusar atendimentos as demandas dos consumidores, enviar ou entregar ao consumidor sem solicitação deste algum produto ou serviço, aproveitar da idade e do entendimento do consumidor, repassar informações depreciativas, colocar à disposição pra consumo qualquer produto ou serviço que não estão pautadas nas normas de consumo, recusar venda ou prestação de serviços para induzir o consumidor a levar outro produto, omitir produtos que estão no estoque, prática de venda casa, elevar sem justa causa o valor dos produtos, bem como, serviços, não determinar um prazo para o cumprimento de suas obrigações, e entre

outros que estão elencados no artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, CDC, 1990).

Além disso, o referido Código em seu art. 6º, inciso IV, garante a proteção ao consumidor destas condutas, ao dizer que: Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais” (BRASIL, CDC, 1990).

Em termos gerais, a tutela da informação pode ser retirada do art. 6º, inc. III, da Lei 8.078/1990, que reconhece como direito básico do consumidor “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”. Ato contínuo, o inciso seguinte estabelece também como direito fundamental dos vulneráveis negociais “a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços” (art. 6º, inc. IV, do CDC) (BRASIL, CDC, 1990).

Com relação às ideias propostas pelo jurista, é plausível concluir que os danos causados por publicidade irregular, isto é, que estão em desarmonia com o artigo 6º inciso VI, do CDC, deve ser reparado ao consumidor e ferem os princípios que conduzem a Lei Consumerista (BRASIL, CDC, 1990).

É imperioso destacar que são princípios do Código de Defesa do Consumidor, o princípio da transparência, o princípio da vulnerabilidade, o princípio da boa-fé objetiva e o princípio da segurança (SHIMP, 2002).

Nesse contexto, o Direito do Consumidor emprega um papel fundamental na proteção dos consumidores em um ambiente globalizado. É importante ressaltar que a legislação consumerista pode variar em diferentes países, mas a ideia geral é proteger os consumidores e garantir que eles tenham direitos e aceitem caso de produtos ou serviços defeituosos.

Assim, o arcabouço jurídico é muito claro em demonstrar que tais práticas são coibidas por vários meios, no qual a legislação por mais que seja moderna, ainda precisa de reparos em determinados assuntos, assim como, deverá observar com mais cautelar algumas situações específicas deste período de vendas, conforme será exposto a seguir.

### **3 AS IRREGULARIDADES COMETIDAS CONTRA OS CONSUMIDORES NO EVENTO “BLACK FRIDAY”**

A *Black Friday* ocorre geralmente no mês de novembro e, conforme já dito no capítulo anterior, é o evento mais aguardado do ano pelos consumidores e fornecedores, por oferecer vantagens financeiras para ambos, como também, é o período que deixa o consumidor prejudicado diante de sua vulnerabilidade (BESSA, 2022).

Embora mundialmente conhecido, pouco se fala sobre a origem desse evento, que possui natureza americana em seu enredo de criação. Segundo alguns portais eletrônicos, a Black Friday é um evento comercial referente ao “dia de ações de graças”, data em que se comemora um feriado nos EUA (SANTINI *et. al.*, 2015).

A Black Friday é uma data tão interessante que existem diversas teorias sobre sua criação. Segundo pesquisas, esse tipo de ação comercial começou nos anos 1990, nos Estados Unidos, se consolidando mais tarde, nos anos 2000, onde se tornou o principal dia de compra e venda do país.

Como já comentamos, a data especificamente acontece na última sexta-feira de novembro, após o feriado de Ação de Graças – porém, hoje em dia muitas empresas estendem essa época de promoção, chegando a oferecer um mês inteiro, semanas ou mais dias de promoção (ND+, 2022).

Nessa época os fornecedores se aproveitam para cometer algumas irregularidades como divulgar as mercadorias com um valor elevado e no dia da Black Friday com um preço menor para transmitir a sensação de “oferta”.

Além dessa prática enganosa, muitos lojistas disponibilizam a venda de produtos eletrônicos, por exemplo, que apresentam alguma falha com um desconto a preço de “banana” para esvaziar o estoque dessa mercadoria, sem comunicar o consumidor dos possíveis defeitos que poderão surgir em um determinado período de uso (SANTINI *et. al.*, 2015).

A maquiagem de preços é uma prática comercial que consiste em alterar os valores dos produtos ou serviços de forma a induzir o consumidor ao erro ou engano. Essa prática pode ocorrer de maneiras diferentes, como aumentar os preços antes de uma promoção para depois aplicar um cartão aparentemente visível, apresentar preços fragmentados ou enganosos, ocultar informações relevantes sobre custos adicionais, entre outras estratégias.

Quando os preços são manipulados de forma enganosa, o consumidor acaba tomando decisões de compra com base em informações distorcidas, o que compromete sua liberdade de escolha e sua capacidade de fazer um julgamento consciente sobre o valor do produto ou serviço.

Ainda temos os produtos falsificados, que são réplicas de marcas conhecidas como a Nike, Adidas, Ralph Lauren, porém feitos com baixa qualidade de materiais, assim como não são avaliadas pelo INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia).

Destaca-se que a missão do INMETRO é viabilizar soluções de infraestrutura da qualidade que adicionem confiança, qualidade e competitividade aos produtos e serviços disponibilizados pelas organizações brasileiras, em prol da prosperidade econômica e bem-estar da nossa sociedade (INMETRO, 2018).

Não obstante, existem aqueles consumidores que efetuam a compra de um produto específico através dos sites do próprio fornecedor ou marketplace, e por algum motivo ocorre o cancelamento sem justificativa, o atraso da entrega sem previsão de recebimento ou até mesmo, a informação de que o produto comprado não está mais disponível com a sugestão de um envio de um produto similar, configurando assim um abuso de direito (SANTINI *et. al.*, 2015).

Durante essa época do ano, as lojas físicas e online oferecem descontos, contratos de adesão, venda casada e tantas outras irregularidades que acontecem diariamente que somente o consumidor é atingido, por ser o destinatário final nessa cadeia.

Com o intuito de suprir a necessidade do consumidor, houve a criação de entidades públicas para amparar o consumidor, como o PROCON, por exemplo. O PROCON é um órgão fiscalizador que auxilia o poder judiciário para proteger os direitos do consumidor em uma relação de consumo tanto no âmbito estadual como municipal, com o intuito de fornecer informações e defender as causas do consumidor.

Diante de uma irregularidade, principalmente durante o período da Black Friday, o consumidor pode recorrer ao PROCON para denunciar a empresa que estiver praticando condutas que induzem o consumidor ao erro e que acarrete um prejuízo material ou moral.

Outro ponto relevante para discutirmos sobre o período de vendas é sobre o direito de arrependimento, muito debatido, porém com pouca profundidade pela sociedade em geral, que está estabelecido no artigo 49 do Código Consumerista que dispõe o seguinte:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio (BRASIL, CDC, 1990).

Esse artigo refere-se apenas a compra realizada de forma online e não a compra presencial, em outras palavras, não se aplica aquela compra realizada direto no balcão da loja, com o vendedor, como usualmente era feito antes da globalização da internet (SANTINI *et. al.*, 2015).

Por isso é muito importante o constante alerta aos consumidores sobre a responsabilidade de realizar compras online em portais eletrônicos de confiança, verificando

se as informações são procedentes, se cumprem as determinações estabelecidas pelo artigo supracitado, sendo sempre relevante a divulgação e promoção de conteúdos voltados para este tema.

## **CONCLUSÃO**

O consumidor sempre exercerá um papel muito difícil em sua jornada, pois a balança entre o mero cidadão e as grandes companhias sempre terá um pêndulo mais pesado, principalmente pelo modelo econômico adotado pelo Brasil e o resto do mundo, devendo assim sempre estar atento aos seus direitos estabelecidos no ordenamento jurídico. Cabe ao Direito do Consumidor equilibrar tal relação.

Com a vigência da Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, o consumidor não está imune de sofrer os danos causados por uma irregularidade do comércio eletrônico, mas está amparado por uma lei específica.

As leis consumeristas são bem sucintas e fundamentadas, com o papel de proteger os direitos do consumidor e garantir a efetividade das normas estabelecidas na Constituição Federal de 1988.

Entretanto, a fiscalização dos órgãos designados para o cumprimento da garantia dos direitos dos consumidores tem feito um excelente trabalho, de maneira que não há justificativa por parte dos fornecedores em insistir com a conduta delituosa.

A contextualização da globalização no direito do consumidor envolve, portanto, o reconhecimento dos desafios e oportunidades decorrentes da interconexão global dos mercados e da implementação de medidas adequadas para proteger e promover os direitos dos consumidores em um contexto internacional.

A partir da análise jurisprudencial e doutrinária, podemos entender que a população por falta de conhecimento jurídico muitas vezes parece diante de um conflito inesperado, visto que, as condutas abusivas, enganosas e irregulares ferem o princípio da transparência, da vulnerabilidade, da boa-fé objetiva e da segurança do consumidor.

Em síntese, faz-se necessário a propagação deste direito nas mídias para que todos tenham acesso à informação e não incorram em erro, para que haja a eficácia da aplicabilidade da Lei Consumerista.

## **REFERÊNCIAS**

BESSA, Leonardo Roscoe. *Código de Defesa do Consumidor Comentado*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília: Diário Oficial da União, 1988. Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 12 jan. 2023.

BRASIL. Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002: Código Civil. Brasília: Diário Oficial da União, 2002. Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406compilada.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm). Acesso em: 12 jan. 2023.

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990: Código de Defesa do Consumidor. Brasília: Diário Oficial da União, 1990. Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm). Acesso em: 10 jan. 2023.

GRINOVER, Ada. Pelegrini. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

LAS CASAS, A. *Marketing de Varejo*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

NUNES, Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. 12ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

SANTINI, Fernando de Oliveira; LADEIRA, Wagner Júnior; SAMPAIO, Cláudio Hoffmann; FALCÃO, Clécio Araújo. *Percepção de valor, atratividade e intenção de compra: revisitando as técnicas de promoção de vendas*. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, São Paulo, v. 17, n. 57, p. 1173-1192, 2015.

SANTOS, Altamiro José dos. Direitos do Consumidor. *Revista do IAP*. Curitiba: Instituto dos Advogados do Paraná, 1987.

SHIMP, T. A. *Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing*. 5. ed. Porto Alegre: Bookmam, 2002.