

PROPAGANDA ENGANOSA, O QUE É, E COMO AGIR EM SEUS DIREITOS DE CONSUMIDOR/A

Publicidade enganosa é crime

Autor: Leandro Cardoso Lages (advogado em Teresina / Piauí)

"Sim, publicidade enganosa é crime, sujeitando o infrator a uma pena de detenção de três meses a um ano e multa. Incorre na mesma pena o agenciador da propaganda enganosa.

A propaganda é enganosa quando induz o consumidor ao erro, ou seja, quando apresenta um produto ou serviço com qualidades que não possui. É uma propaganda falsa. Deve-se distinguir a propaganda enganosa da propaganda abusiva. Esta é mais grave, pois induz o consumidor a se comportar de forma prejudicial. São propagandas que incitam à violência, desrespeitam valores ambientais, exploram o medo do consumidor, ou se aproveitam da deficiência de julgamento ou inexperiência das crianças. Ambas as modalidades de propaganda - a abusiva e a enganosa - são expressamente proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor.

Além da responsabilidade penal, o Código impõe ainda uma responsabilidade civil aos veiculadores de propaganda enganosa ou abusiva. Tal responsabilidade advém do efeito vinculativo da propaganda, através do qual o fornecedor obriga-se por toda e qualquer informação que fizer veicular. Se se dispôs que determinado produto é o de menor preço no mercado, obrigatoriamente o comerciante deverá ofertar o produto com o menor preço. Almeja-se dar uma maior proteção ao consumidor, evitando-se que o mesmo seja ludibriado. É o que vem disposto no art. 30 do Código de Defesa do Consumidor.

Entretanto, aconselha-se que não se interprete tal artigo com excessivo apego gramatical, com extremo rigor formal. O simples exagero na divulgação não obriga o fornecedor. É o caso de expressões exageradas, como "a melhor", "a mais gostosa", "o mais forte", etc. Tais modalidades apenas visam a dar uma conotação mais qualitativa ao produto, não obrigando - até por uma questão de bom senso - o fornecedor. São meros exageros que não permitem uma verificação mais objetiva.

Como exemplo do efeito vinculativo da propaganda, temos o caso das concessionárias de automóveis que oferecem "a mais completa garantia do mercado: 02 anos ou 50.000 Km rodados". Em todos os casos, a garantia expirava-se com o que surgisse primeiro, ou os dois anos ou os cinquenta mil quilômetros rodados. Mas não havia disposição expressa a respeito de qual modalidade venceria primeiro. Observe-se que as concessionárias interpretavam a seu favor o teor do termo de garantia. Ocorre que, como já expomos em outra oportunidade, as cláusulas contratuais devem ser interpretadas a favor do consumidor, e no presente caso isto não estava acontecendo.

Em Minas Gerais, o Ministério Público ingressou com uma Ação Civil pública, exigindo que o termo de garantia fosse invertido, ou seja, que a garantia continuasse independente do que se vencesse primeiro (os 02 anos ou os 50.000 km). A fundamentação era a mesma que expomos acima, ou seja, a interpretação das cláusulas

contratuais a favor do consumidor. Agora, em Belo Horizonte, já é possível andar num Toyota com mais cinqüenta mil quilômetros em menos de dois anos e ainda estar coberto com garantia total.

O Código de Defesa do Consumidor deu à propaganda a natureza jurídica de um contrato. Se antes havia apenas uma oferta via propaganda, no momento em que o consumidor toma conhecimento da mesma, dá-se o efeito vinculativo, e a partir do instante em que este consumidor manifesta sua aceitação pelo produto, a oferta passa a contrato. Mesmo que seja assinado um contrato no qual não conste o disposto na propaganda, seu teor integra o instrumento contratual celebrado.

Constatada a veiculação de propaganda abusiva ou enganosa, o fornecedor fica obrigado também a divulgar uma contrapropaganda nas mesmas dimensões em que foi propalado o anúncio enganoso. Somente após veiculada a contrapropaganda com a efetiva prevenção dos consumidores a respeito do produto, é que exime-se o fornecedor de sua responsabilidade de vinculação.

Com isso, faz-se necessário que estejamos atentos ao que nos é ofertado via anúncios escritos, falados e televisivos. Somente com o pleno exercício ativo de nossa cidadania, estaremos aptos a sermos tratados com dignidade e respeito nas tendenciosas relações de consumo."

Sobre o autor: Leandro Cardoso Lages sobre o texto: inserido no Jus Navigandi nº 9 (03.1997). Elaborado em 06.1996.

Informações bibliográficas:

Conforme a NBR 6023:2002 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), este texto científico publicado em periódico eletrônico deve ser citado da seguinte forma:

(Fonte: LAGES, Leandro Cardoso. Publicidade enganosa é crime. Jus Navigandi, Teresina, ano 1, n. 9, mar. 1997. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=702>. Acesso em: 03 ago. 2008.)

Propaganda enganosa

Autor: Celso Russomano

"Hoje em dia é muito comum o fornecedor se aproveitar da falta de conhecimento do consumidor para lhe empurrar seus produtos através de anúncios comerciais, e muitas vezes o consumidor está sendo lesado sem saber. Por exemplo: constantemente se ouve no rádio e na TV propagandas de escolas de informática que anunciam: "telefone agora e ganhe uma bolsa de estudos você só paga o material didático". Se você consultar o mercado, vai notar que este tal material didático custa o mesmo preço de um curso de informática completo em outra escola e já vem incluído o material.

Outro exemplo: "venda de terrenos junto das represas e ai aparece imagens lindíssimas com uma voz muito bonita de fundo informando que é só 50 reais por mês. É fria! A empresa geralmente sonega a informação de onde se localiza o tal terreno na maravilhosa publicidade. Depois da compra realizada é que você descobre que o tal terreno fica as vezes a 200 ou 300 Kms de onde você mora, e aí começa a dor de cabeça, imagine o custo do transporte. Mais tarde nova surpresa, além da prestação existe também um condomínio as vezes ate mais caro que a própria prestação e finalmente lhe é informado que a casa a ser construída tem que ter uma metragem mínima de 150 mts inviabilizando também o seu projeto de uma casinha pequena para começar.

E o pior, aquele apartamento maravilhoso que lhe parece enorme na TV com técnicas para que tudo apareça bem maior do que é, tudo isso é usado para iludir o consumidor e o apartamento depois de pronto não é tão grande como parecia na TV. Estes casos caracterizam propaganda enganosa art. 67 do Código de Defesa do Consumidor e a Pena de detenção são de 3 meses a 1 ano fora multa que a empresa pode tomar por infringir o código que vai de 200 a 3 milhões de UFIR dependendo do tamanho da empresa. Mas para que seus direitos sejam preservados tudo depende da sua denúncia que pode ser feita em um órgão de Defesa do Consumidor, Delegacia de Polícia ou Ministério Público, lembre-se você tem 7(sete) dias de prazo para se arrepender das compras feitas por telefone ou no seu domicílio, artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, e a empresa será obrigada a devolver o seu dinheiro."

(Fonte: <http://www.celsorussomanno.com.br/prop.htm>, acesso em 03.08.08)

Propaganda

"Propaganda é um modo específico de se apresentar uma informação, com o objectivo de servir a uma agenda. Mesmo que a mensagem traga informação verdadeira, é possível que esta seja partidária, não apresentando um quadro completo e balanceado do objecto em questão. Seu uso primário advém de contexto político, referindo-se geralmente aos esforços patrocinados por governos e partidos políticos. Uma manipulação semelhante de informações é bem conhecida, a publicidade, mas normalmente não é chamada de propaganda, ao menos no sentido mencionado acima."

Propaganda enganosa

"Entende-se por propaganda enganosa aquela que induz o consumidor a um erro, ela mostra características e vantagens que um determinado produto não tem. Esse tipo de propaganda é falsa.

É importante distinguir a propaganda enganosa, de abusiva, a abusiva é mais grave porque tem a função de induzir o consumidor a um comportamento prejudicial, geralmente incitam a violência, exploram o medo entre outros."

Técnicas de geração de propaganda

"Há várias técnicas que são utilizadas para criar mensagens que sejam persuasivas, porém falsas. Muitas dessas técnicas podem ser baseadas em falácias lógicas já que os propagandistas usam argumentos que, embora às vezes convincentes, não são necessariamente válidos.

Algum tempo tem-se dedicado para analisar os meios pelos quais as mensagens de propaganda são transmitidas, e este trabalho é importante, mas é claro que estratégias de disseminação da informação só se tornam estratégias de propaganda quando associadas a mensagens propagandísticas. Identificar estas mensagens de propaganda é um pré-requisito necessário para estudar os métodos utilizados para divulgação destas mensagens. Por isso é essencial ter algum conhecimento das seguintes técnicas de geração de propaganda:

ARGUMENTUM AD NAUSEAM

Repetição incansável (ou ainda repetição nauseante). Uma idéia repetida suficientemente se torna verdade. Esta técnica funciona melhor quanto o acesso a mídia é controlado pelo propagandista.

APELO À AUTORIDADE

É a citação de uma figura proeminente para apoiar um posicionamento, idéia, argumento ou alguma ação em desenvolvimento.

APELO AO MEDO

É a busca de apoio a uma idéia ou causa ou pessoa, instigando o medo na população em geral. Por exemplo, Joseph Goebbels explorou o livro Os Alemães devem Morrer, de Theodore Kaufman, para afirmar que os Aliados procuravam o extermínio do povo alemão e, com isso, obter o apoio do povo.

BODE EXPIATÓRIO

Atribuir culpa a um indivíduo ou grupo que não seja efetivamente responsável, aliviando sentimentos de culpa de partes responsáveis ou desviando a atenção da necessidade de resolver um problema cuja culpa foi atribuída àquele que está emitindo a propaganda.

DESAPROVAÇÃO

Essa é a técnica usada para desaprovar uma ação ou idéia sugerindo que ela é popular entre grupos odiados, ameaçadores ou que estejam em conflito com o público-alvo. Assim, se um grupo que apoia uma idéia é levado a crer que pessoas indesejáveis, subversivas ou conflitantes também a apoiam, os membros do grupo podem decidir mudar sua posição.

EFEITO DOMINÓ

Efeito dominó e vitória inevitável: tenta convencer a audiência a colaborar com uma ação "com a qual todos estão colaborando" ou "junte-se a nós". Essa técnica reforça o desejo natural das pessoas de estar no lado vitorioso e visa a convencer a audiência que um programa é a expressão de um movimento de massa irresistível e que é de seu interesse se juntar a ele. A "vitória inevitável" incita aqueles que ainda não aderiram a um projeto a fazê-lo, pois a vitória é certa. Os que já aderiram se sentem confortados com a idéia de que tomaram a decisão correta e apropriada.

ESTEREOTIPIIFICAÇÃO OU ROTULAGEM

Essa técnica busca provocar a rejeição em uma audiência rotulando o objeto da campanha de propaganda como algo que o público-alvo teme, desgosta, tem aversão ou considera indesejável.

HOMEM COMUM

O "homem do povo" ou "homem comum" é uma tentativa de convencer a audiência de que as posições do propagandista refletem o senso comum das pessoas. É utilizada para obter a confiança do público comunicando-se da maneira comum e no estilo da audiência. Propagandistas usam a linguagem e modos comuns (e até as roupas, quando em comunicações audiovisuais presenciais) numa busca de identificar seus pontos de vista com aqueles da "pessoa média".

PALAVRAS VIRTUOSAS

São palavras tiradas do sistema de valores do público-alvo, que tendem a produzir uma imagem positiva quando associadas a uma pessoa ou causa. Exemplos são paz, felicidade, segurança, liderança, liberdade, etc.

PROPAGANDA ENGANOSA

São meios de oferecer o que não se tem, forçando o comprador, ou consumidor a comprar outro produto, a idéia é chamar a atenção e aumentar as vendas, mesmo que uma parcela mínima desista de comprar ou a repulsar a empresa.

RACIONALIZAÇÃO

Indivíduos ou grupos podem usar afirmações genéricas favoráveis para racionalizar e justificar atos e crenças questionáveis. Frases genéricas e agradáveis são frequentemente usadas para justificar essas ações ou crenças.

SLOGAN

Um slogan é uma frase curta e impactante que pode incluir rotulação e estereotipação. Se slogans podem ser criados a respeito de determinada idéia, devem sê-lo pois bons slogans são idéias auto-perpetuáveis.

SUPER-SIMPLIFICAÇÃO

Afirmações vagas, favoráveis, são usadas para prover respostas simples para complexos problemas sociais, políticos, econômicos ou militares.

TERMOS DE EFEITO

Termos de efeito são palavras de intenso apelo emocional tão intimamente associadas a conceitos e crenças muito valorizados que convencem sem a necessidade de informação ou razões que as apoiem. Elas apelam para emoções como o amor à pátria, lar, desejo de paz, liberdade, glória, honra, etc. Solicitam o apoio sem o exame da razão. Embora as palavras e frases sejam vagas e sugiram coisas diferentes para pessoas diferentes, sua conotação é sempre favorável: "Os conceitos e programas dos propagandistas são sempre bons, desejáveis e virtuosos".

TESTEMUNHO

Testemunhos são citações, dentro ou fora de contexto, efetuadas especialmente para apoiar ou rejeitar uma idéia, ação, programa ou personalidade. Explora-se a reputação ou papel (especialista, figura pública respeitada, etc.) daquele que é citado. O testemunho dá uma sanção oficial de uma pessoa ou autoridade respeitada à mensagem de propaganda. Isso é feito num esforço de causar no público-alvo uma identificação com a autoridade ou para que aceite a opinião da autoridade como sua própria.

TRANSFERÊNCIA

Essa é a técnica de projetar qualidades positivas ou negativas (elogios ou censuras) de uma pessoa, entidade, objetivo ou valor (de um indivíduo, grupo, organização, nação, raça, etc.) para outro, para tornar esse segundo mais aceitável ou desacreditá-lo. Essa técnica é geralmente usada para transferir culpa de um parte em conflito para outra. Ela evoca uma resposta emocional, que estimula o público-alvo a identificar-se com autoridades reconhecidas.

VAGUEIDADE INTENCIONAL

Afirmações deliberadamente vagas de tal forma que a audiência pode interpretá-las livremente. A intenção é mobilizar a audiência pelo uso de frases indefinidas, sem que se analise sua validade ou determine sua razoabilidade ou aplicação.

Ver também duplo sentido, esforço de informação, meme, psyops."

Métodos para transmitir mensagens publicitárias

"Métodos comuns para transmitir mensagens de propaganda incluem noticiários, comunicações oficiais, revistas, comerciais, livros, folhetos, filmes de propaganda, rádio, televisão e pôsteres, que relacionem o produto/serviço oferecido quanto as suas características e benefícios. No caso da divulgação de uma idéia ou conceito o meio utilizado deve corresponder ao público-alvo da campanha e acompanhado da linha de pensamento do seu criador, afim de instigar no público o interesse e a aderência à idéia/conceito".

Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre.

(Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Propaganda#Propaganda_Enganosa, Acesso em 03.08.08)

Propaganda enganosa - é proibida toda publicidade enganosa ou abusiva

"É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Para os efeitos do Código de Defesa do Consumidor, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina."

(Fonte: http://www.portaldosconsumidores.com.br/propaganda_enganosa.htm, Acesso em 03.08.08)

Livro: que trata sobre propaganda enganosa e abusiva

Autor: *advogado e professor Marcos Daniel Ticianelli*

"O advogado Marcos Daniel Veltrini Ticianelli lança nesta sexta-feira (5) o livro DELITOS PUBLICITÁRIOS NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E NA LEI 8.137/90.

O tema já foi tratado em diversas outras publicações em conjunto com os demais institutos do Código de Defesa do Consumidor. Esta obra, porém, aborda o assunto de maneira específica e analisa, inclusive, a informação subliminar como conduta delituosa.

"A publicidade muito se relaciona à vida do homem e ao seu meio, principalmente nas questões econômicas. Ela gera efeitos muitas vezes irreversíveis no convívio social. É neste sentido que se faz necessária a intervenção do Direito para reger as atividades. Entre os controles jurídicos existentes, o penal representa, pela natureza da sanção, o mais gravoso", lembra o advogado.

O livro trata de dois pontos em especial: a legitimidade da intervenção penal nas atividades publicitárias; e o respeito dos tipos penais existentes aos princípios penais constitucionais de garantia."

SOBRE O AUTOR:

Marcos Daniel Veltrini Ticianelli é Mestre em Direito Penal pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Especialista em Direito e Processo Penal pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), é também professor de Direito Penal na graduação da Universidade Estadual de Londrina (UEL) e Universidade Norte do Paraná (UNOPAR). O autor é também professor da pós-graduação lato sensu de Direito e Processo Penal da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

(Fonte: Assessoria de Imprensa Londrix.com, <http://www.londrix.com/noticias.php?id=40539>, Acesso em 03.08.08)

35 LEITURAS RECOMENDADAS SOBRE PROPAGANDA ENGANOSA EM VÁRIAS ÁREAS (COM LINKS DE ACESSO)

PUBLICIDADE E TRATAMENTO DO CONSUMIDOR - Como agir em caso de propaganda enganosa?

A publicidade que oferta o produto ou serviço tem que ser clara e cumprida integralmente. O consumidor não pode ser exposto ao ridículo nem submetido a qualquer constrangimento na cobrança de dívidas, sendo permitida a completa revisão das cláusulas contratuais em casos de abusos ou procedimentos banidos pelo Código.

Como agir em caso de propaganda enganosa?

Segundo o Código de Defesa Do Consumidor, a empresa que se comprometer por meio de um anuncio a entregar um determinado bem esta obrigada a isto. Caso a entrega naqueles termos não ocorra, as partes devem entrar em acordo. Se o acordo não originar efeitos positivos, a parte interessada deve procurar um advogado.

(Fonte: <http://www.advocaciainternet.com.br/cart4.htm#i-6>, Acesso em 03.08.08)

Reclamação:

Propaganda enganosa - contrato de prestação de serviço por 12 meses e na 2ª mensalidade o valor vem com aumento!

ASSUNTO: Reclamação sobre serviços não prestados e propaganda enganosa em pacote de turismo.

(Fonte: <http://www.reclameaqui.com.br/reclame/>, Acesso em 03.08.08)

Reclamação:

Descaso no atendimento ao cliente e propaganda enganosa.

(Fonte: <http://www.reclameaqui.com.br/113153/natura/descaso-no-atendimento-ao-cliente-e-propaganda-enganosa/>, Acesso em 03.08.08)

Responsabilidade civil: serviço de emergência médica demorado: propaganda enganosa

Tendo o serviço de emergência médica demorado mais da uma hora no atendimento de chamado para sua UTI móvel, quando o impresso promocional previa o atendimento em poucos minutos, resta configurado o inadimplemento contratual. (...cont....)

(Fonte: <http://www.notadez.com.br/content/noticias.asp?id=29006>, Acesso em 03.08.08)

Propaganda enganosa de título de capitalização prometia entrega de automóvel

Elaborado em 04.2007.

(Fonte: <http://jus2.uol.com.br/pecas/texto.asp?id=848>, Acesso em 03.08.08)

Propaganda enganosa, venda casada de produtos e violência contra o consumidor

(Fonte: <http://xereta.blog-br.com/32914/+Net++propaganda+enganosa,+venda+casada+de+produtos+e+viol%Eancia+contra+o+consumidor.html>, Acesso em 03.08.08)

Falácia da autonomia das instituições de ensino superior privadas: propaganda enganosa na LDB* - II

Artigo de Sebastião Batista **

(Fonte: <http://www.universia.com.br/materia/materia.jsp?id=9633>, Acesso em 03.08.08)

Crerios práticos para a apuração da propaganda enganosa no Brasil panorama de julgamentos pelo Poder Judiciário

Autora: Rafaela Pinheiro Marzocchi (Mestre em Comunicação e Letras pela Universidade Presbiteriana Mackenzie)

(Fonte: Cadernos de Pós-Graduação em Letras: http://www.mackenzie.com.br/fileadmin/Pos_Graduacao/Doutorado/Letras/Cadernos/Volume_3/Criterios_praticos.pdf, Acesso em 03.08.08)

Juiz determina a retirada de propaganda enganosa de produtos eletrônicos da Internet

Por: Tribunal de Justiça do Distrito Federal Data de Publicação: 11 de dezembro de 2007.

(Fonte: <http://www.direito2.com.br/tjdf/2007/dez/11/juiz-determina-a-retirada-de-propaganda-enganosa-de-produtos>, acesso em 03.08.08)

Empresas de RH que lesavam os consumidores são condenadas pela Justiça

Por Fernando Porfirio 01/09/2005

Dow Right e Alphalaser, empresas de RH que faziam falsas promessas de emprego são condenadas em ação movida pelo Ministério Público.

(Fonte: <http://brasil.indymedia.org/pt/blue/2005/09/328283.shtml>, acesso em 03.08.08)

Universidade Social: IGNORÂNCIA OU PROPAGANDA ENGANOSA (29-Set-2006)

(Fonte: http://www.isulpar.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=65&Itemid=143, em 03.08.08)

Mantenedores de São Paulo aprovam Câmara Mediadora de Assuntos Concorrenciais para buscar limites éticos nas práticas do Mercado

Revista Ensino - EDIÇÃO 108 Espaço para conciliar.

(Fonte: <http://revistaensinosuperior.uol.com.br/textos.asp?codigo=12010>, acesso em 03.08.08)

Propaganda enganosa gera indenização (de 24/07/2008)

(Fonte: <http://www.advogadosdamidia.com.br/admidia.qps/newsview/703D9E8B546E30325748F004C3EB9>, acesso em 03.08.08)

Publicidade não era clara quanto à área do imóvel anunciado (de 23/07/2008)

Um casal residente em Belo Horizonte ganhou o direito de obter desconto no valor de compra de um apartamento por ter sido vítima de propaganda enganosa, que divulgava área superior à construída.

Um casal residente em Belo Horizonte ganhou o direito de obter desconto no valor de compra de um apartamento por ter sido vítima de propaganda enganosa, que divulgava área superior à construída. (cont...)

(Fonte: <http://www.mp.go.gov.br/portalweb/conteudo.jsp?page=4&base=4&conteudo=noticia/daaaf451e492ec67b6714f781a252c1c.html>, Acesso em 03.08.08)

Publicidade enganosa - MPF/PE ajuíza ações contra colégio que oferecia falso curso superior (29/03/2007)

Vítimas foram enganadas com propaganda falsa de que o curso iria conferir diploma de nível superior com habilitação para a prática de ensino. (...cont...)

(Fonte: <http://www.mp.rs.gov.br/consumidor/noticias/id10731.htm>, acesso em 03.08.08)

Ética Médica e Publicidade Enganosa -Ação civil pública contra médico que se dizia especializado em cirurgias plásticas restauradoras

Ação civil pública contra médico que se dizia especializado em cirurgias plásticas restauradoras, sem qualquer habilitação para tanto, abusando de sua imperícia e total negligência, bem como o Conselho Regional de Medicina, por falta de fiscalização da classe.

Texto elaborado por Amilton Plácido da Rosa, promotor de Justiça do Consumidor, da Habitação e Urbanismo, em exercício na Promotoria de Justiça do Meio Ambiente. Texto elaborado em 11.1999.

(Fonte: <http://jus2.uol.com.br/pecas/texto.asp?id=54>, acesso em 03.08.08)

Chá de graviola combate o câncer: propaganda enganosa. (hoax).

Em bom português, é propaganda enganosa.... Versão surgida em fevereiro de 2005 menciona a USP que teria realizado pesquisas na área....

(Fonte: http://www.quatrocantos.com/LENDAS/133_graviola.htm, acesso em 03.08.08)

Alerta aos consumidores para a venda de medicamentos pela Internet (Brasília, 24 de abril de 2003 - 16h30)

(Fonte: http://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/2003/240403_1.htm, acesso em 03.08.08)

ANVISA alerta consumidor de medicamentos sobre riscos (Brasília, 25 de junho de 2003 - 15h)

(Fonte: <http://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/2003/250603.htm>, acesso em 03.08.08)

CREMESP - Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo PROÍBE...

Proíbe a vinculação da prescrição médica ao permitir que seu nome seja incluído em propaganda enganosa de qualquer natureza...

(Fonte: http://www.cremesp.org.br/library/modulos/legislacao/versao_impressao.php?id=3136, acesso em 03.08.08)

Norma: RESOLUÇÃO Órgão: Conselho Federal de Medicina

Estabelece os critérios norteadores da propaganda em Medicina - Número: 1701
Data Emissão: 25-09-2003

Ementa: Estabelece os critérios norteadores da propaganda em Medicina, conceituando os anúncios, a divulgação de assuntos médicos, o sensacionalismo, a autopromoção e as proibições referentes à matéria.

Fonte de Publicação: Diário Oficial da União; Poder Executivo, Brasília, DF, n. 187, 26 set. 2003. Seção 1, p. 171-2.

(Fonte: http://www.cremesp.org.br/library/modulos/legislacao/versao_impressao.php?id=3136, Acesso em 03.08.08)

CREMERS - Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Sul

O CFM levou em conta, também, a crescente e numerosa propaganda enganosa para... Em entrevistas e publicações de artigos, o médico deve evitar sua...

(Fonte: http://www.cremers.com.br/cremers/Interface/conheca/show_new.action?beanNew.idNew=141, Acesso em 03.08.08)

SBO consulta ANVISA sobre propaganda enganosa

Propaganda "Yoga para os Olhos" não tem respaldo da Anvisa.

Leia mais sobre o assunto

Profissional, veja mais na área do médico

(Fonte: <http://www.sboportal.org.br/sbo/scripts/ap/home.asp>, Acesso em 03.08.08)

Plano de saúde e publicidade enganosa

Ação civil pública contra plano de saúde que veicularia publicidade enganosa, atribuindo a médicos conveniados especialidades médicas que não deteriam ou que não existiriam, e contra o Conselho Regional de Medicina, por tolerar tais práticas e não divulgar periodicamente a relação de médicos inscritos.

Autor: Elaborado por Amilton Plácido da Rosa, promotor de Justiça do Consumidor, da Habitação e Urbanismo, em exercício na Promotoria de Justiça do Meio Ambiente. (texto elaborado em 06.1999)

(Fonte: <http://jus2.uol.com.br/pecas/texto.asp?id=55>, Acesso em 03.08.08)

Seccional da OAB promete apurar denúncias de propaganda enganosa

...Práticas ilegais de captação de clientes e propaganda enganosa estão entre as acusações... "Temos provas de que esses advogados iludem seus clientes...."

(Fonte: <http://www.jusbrasil.com.br/noticias/33308/seccional-promete-apurar-denuncias-de-propaganda-enganosa-envolvendo>, Acesso em 03.08.08)

Promoção inexistente - loja de eletrodomésticos é condenada por propaganda

A 11ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça de Minas Gerais condenou uma rede de lojas de eletrodomésticos por propaganda enganosa. A rede terá de depositar a indenização de 50 salários mínimos no Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor. A ação foi proposta pelo Ministério Público mineiro.

(Fonte: <http://www.conjur.com.br/static/text/46019.1>, Acesso em 03.08.08)

Liminar contra a NET por propaganda enganosa

Venda casada de produtos e violência... Muitos advogados e leitores do Espaço Vital também lesados pela Net... autoria: Espaço Vital.

(Fonte: http://www.espacovital.com.br/noticia_ler.php?idnoticia=10546, Acesso em 03.08.08)

OAB-BA - notícia detalhe portal de serviços, informações e orientações para o advogado, estudante de direito e...

OAB: reduzir idade penal é propaganda enganosa contra violência...

(Fonte: <http://www.oab-ba.org.br/novo/Template.asp?nivel=000100020002&identidade=94¬iciaid=1196>, Acesso em 03.08.08)

Ordem dos Advogados do Brasil - Conselho Federal (30 Jul 2008)

A propaganda enganosa e a consciência autoritária façam revogar... O projeto impede a investigação criminal contra os advogados....

(Fonte: <http://www.oab.org.br/noticia.asp?id=14198>, Acesso em 03.08.08)

Construtora terá que reconstruir piscina de condomínio residencial

(Fonte: <http://www.demostenes.adv.br/conteudos/vercase/141>, Acesso em 03.08.08)

Almofadas “milagrosas”, propaganda enganosa e danos morais - (notícias)

(Fonte: <http://www.miguelarcanjoezagonel.adv.br/noticias.asp?id=64>, Acesso em 03.08.08)

A propaganda enganosa das companhias telefônicas (29 Set 2007)

A Propaganda Enganosa Das Companhias Telefônicas... atitudes conjuntas com a acessória de advogados especializados em defesa do consumidor,...

(Fonte: <http://www.webartigos.com/articles/2306/1/a-propaganda-enganosa-das-companhias-telefonicas/pagina1.html>, Acesso em 03.08.08)

ABPI - sobre propaganda comparativa e propaganda enganosa

ABPI - Assoc. Bras. da Propriedade Intelectual Propaganda Comparativa Propaganda Enganosa e Defesa do Consumidor... A Relação entre o Direito Antitruste e o Direito da Propriedade Industrial...

(Fonte: <http://www.abpi.org.br/anais.asp?idioma=Português&secao=Publicações&ano=1996>, ABPI - Acesso em 03.08.08)

Felsberg e Associados - sobre propaganda enganosa e concorrência desleal

O que chama a atenção do direito marcário é a possibilidade técnica dos... de caráter distintivo de marca, concorrência desleal e propaganda enganosa....

(Fonte: http://www.felsberg.com.br/Newsletter/ti/news_art1.html, Acesso em 03.08.08)

Julgado por falsificação de marcas, concorrência desleal e propaganda enganosa

Site InfoDireito - Concorrência desleal em links patrocinados 129 da LPI, a titularidade dos direitos sobre a marca origina-se a.... Julgado por falsificação de marcas, concorrência desleal e propaganda enganosa,...

(Fonte: http://www.infodireito.com.br/infodir/index.php?option=com_content&task=view&id=37&Itemid=38, Acesso em 03.08.08)