

A INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE, E DA MÍDIA E SEUS EFEITOS JURÍDICOS-PSICO SOCIAIS NA VIDA DO CONSUMIDOR.

Luciene Monteiro da Rocha (Acadêmica); Prof. Ms. Franco de Velasco e Silva. (Orientador)

Este trabalho tem como objetivo principal é analisar a repercussão do discurso Publicitário, e as influências Jurídicas- Psico –Sociais, na vida das pessoas, nas diversas classes Sociais existentes no Brasil. Estudaremos de que formas as pessoas são induzidas a adquirir determinado produto, que valor acreditam ter por possuírem ou não determinado produto, qual é o comportamento do consumidor na hora da decisão de comprar determinado produto, e a influência da publicidade, mídia para esta decisão, serão estudadas as consequências de uma compra impensada, que foi provocada pelo uso deste mecanismos. Outro aspecto a ser estudado são as práticas abusivas ocorridas por diversos fatores, como a falta de informação, a má-fé do fornecedor etc. Por meio disso buscaremos mecanismos de combate á prática abusiva e a publicidade lesiva ao consumidor. A questão do pós compra será estudada para pontuar os seguintes aspectos: o que acontece em caso de uma aquisição mal planejada? Ao realizar uma má compra o consumidor tem assegurado a garantia da Cidadania, e da defesa dos Direitos? Em caso de arrependimento na aquisição de um bem são respeitados os parâmetros mínimos de valoração à dignidade da pessoa humana? Estas são algumas questões que buscaremos responder com esta pesquisa. Nesse sentido, esta pesquisa vem para analisar procedimentos e técnicas jurídicas utilizadas especificadamente para combater as práticas abusivas e garantir direitos da cidadania, protegendo, conseqüentemente, a própria economia.

Palavras Chave: Direito do Consumidor, Relações de Consumo, Influencia da Publicidade.

Programa: Voluntário/UCG