



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2018: SIC - XXX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2018
<b>Local</b>	Campus do Vale - UFRGS
<b>Título</b>	A Propaganda de Storytelling e a Publicidade Enganosa
<b>Autor</b>	LUCAS DEMBISKI FONSECA
<b>Orientador</b>	BRUNO NUBENS BARBOSA MIRAGEM

**TÍTULO:** A Propaganda de Storytelling e a Publicidade Enganosa

**AUTOR:** Lucas Dembiski Fonseca

**ORIENTADOR:** Prof. Dr. Bruno Nubens Barbosa Miragem.

**INSTITUIÇÃO:** Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

**RESUMO:**

O presente trabalho tem por objeto a análise da publicidade do tipo Storytelling e suas consequências jurídicas no âmbito do direito do consumidor. O storytelling é uma técnica publicitária muito usada atualmente, que tem como método contar uma história a fim de promover e oferecer um produto ou serviço visando a persuadir, assim estreitando a relação entre o fornecedor e o consumidor. No entanto, muitas marcas estão usando essa modalidade de marketing para promover histórias falsas sobre as suas marcas para atrair consumidores. Tal prática pode acabar induzindo o consumidor em erro, assim podendo ser classificada como publicidade enganosa nos moldes do Art. 37, § 1º do Código de Defesa do Consumidor. Portanto, é preciso refletir se realmente essa prática deve ser enquadrada como enganosa. Se assim for considerado, quais são os critérios para a identificação dessa infração e quais os métodos para coibir e até mesmo punir os fornecedores que utilizam desse meio, de acordo com a legislação protetiva ao consumidor. O método utilizado para o trabalho foi o dedutivo, a pesquisa realizada foi de caráter documental e envolveu a análise de legislação, além de estudos doutrinários de autores brasileiros, assim como exame da jurisprudência judicial e administrativa.

Palavras-Chave: **Direito do Consumidor. Publicidade Enganosa. Storytelling**