

## **DIREITO DO CONSUMIDOR**

BERTOLDI, Maria Eugênia  
BARUSSO, Michael Willians  
SANTOS, Indianara Correia dos  
SANTOS, Venilton Mariano dos  
SILVA, Rhayane Barbosa da

O presente trabalho tem como objetivo expor de forma clara e sucinta os direitos básicos do consumidor, mencionando leis que estabeleçam direitos e deveres na relação entre consumidores e fornecedores, apresentando entidades visão garantir o cumprimento destes direitos, além de expor uma análise referente as campanha de marketings promocionais, que muitas vezes elaboram estas propagandas televisivas ou por meio de cartazes de forma incorreta, ocasionando conflitos e desentendimentos sociais. Em 11 de setembro de 1990, foi sancionada a Lei nº 8.078, chamada de Código de Defesa do Consumidor (CDC), em vigor no Brasil desde 11 de março de 1991 que apresentou uma imensa conquista social, impedindo o abuso praticado por fornecedores e impondo regras nas relações de consumo, tendo em vista que os produtos e serviços devem conter informações claras e corretas, em língua portuguesa, em relação aos preços, características, de garantias, prazos de validades. Conforme pesquisa realizada pelo IDEC – Instituto Brasileiro em Defesa ao Consumidor, postada em 22 de abril de 2013, apenas 13% dos consumidores conhecem muito bem seus direitos. O resultado da pesquisa resume os inúmeros casos de consumidores leigos que acabam obtendo prejuízos. Com o intuito de conscientizar o consumidor a obter conhecimento sobre seus direitos e buscar auxílio nas instituições competentes, iremos citar algumas situações verídicas que se tornaram processos, ressaltando a necessidade de exigir documentos que comprovem a compra ou a contratação de serviços, por meio de notas fiscais ou recibos.

Palavras-chave: Direito. Consumidor. Propagandas. Conflitos. Contratação.

Venilton santos  
veniltonsantos@yahoo.com.br