

ENCONTRO 1

Decisões de consumo, direitos e publicidade

Direitos do consumidor e prevenção do endividamento

Prof. Dr. Leandro Cardoso Lages



Roteiro do encontro

- 20 min** | Abertura e diagnóstico anônimo
- 35 min** | Vulnerabilidade no mercado de consumo
- 45 min** | Direitos básicos aplicados ao crédito
- 10 min** | **Intervalo**
- 50 min** | Estratégias publicitárias e decisões
- 30 min** | Publicidade enganosa e abusiva
- 10 min** | Checklist e preparação do próximo encontro

Uma pergunta de partida

Quando foi a última vez que você comprou algo que não pretendia?

Promoção inesperada Parcela pequena Influenciador
Compra em um clique

A vulnerabilidade do consumidor no MERCADO DE CONSUMO

Vulnerabilidade existe em qualquer faixa de renda

O consumidor pode ter curso superior e boa renda, mas ainda desconhecer o produto, o contrato ou a forma como a oferta foi construída.

Técnica

O fornecedor conhece o produto e seus riscos

Jurídica

O contrato utiliza regras e termos especializados

Informacional

A empresa controla dados e detalhes da oferta

Fática ou econômica

Aspectos econômicos, sociais ou culturais ampliam a exposição

**Vulnerabilidade não significa incapacidade,
mas justifica a existência de uma lei protetiva**

**A proteção jurídica reconhece uma
diferença real de informação e poder no
mercado.**

O objetivo é permitir uma decisão livre,
informada e compatível com a capacidade de
pagamento.

O consumidor no mercado de crédito

O CDC abrange serviços bancários, financeiros, de crédito e de seguros.

Consumidor

- Pessoa que utiliza o produto ou serviço como destinatária final.
- Vulnerável no mercado de consumo

No cotidiano

- Conta(s) bancária(s) e cartões
- Empréstimo e financiamento
- Seguro e serviços vinculados

Direitos básicos aplicados ao crédito

Antes da contratação

- Educação para o consumo
- Informação clara e adequada
- Liberdade de escolha
- Proteção contra assédio e abuso

Quando a dívida pesa

- Revisão de prestações desproporcionais
- Práticas de crédito responsável
- Preservação do mínimo existencial
- Repactuação das dívidas

A informação precisa chegar antes do contrato

Uma oferta de crédito útil permite responder cinco perguntas:

- 1** Quanto receberei ou qual é o preço à vista?
- 2** Qual é a taxa mensal e anual?
- 3** Qual é o Custo Efetivo Total?
- 4** Quantas parcelas e qual será o total pago?
- 5** O que acontece em caso de atraso?

A parcela pequena pode esconder um custo alto

Exemplo didático:

R\$ 10.000

valor recebido

36 × R\$ 460

parcelas

R\$ 16.560

total pago

A pergunta principal não deve ser “a parcela cabe?”

O total e o tempo de comprometimento também importam

A taxa de juros mensal é de 3,03%, a taxa anual é de 43,05% e o custo total em juros é de 65,60%.

O CET reúne o custo real da operação

Custo Efetivo Total

Uma taxa anual que incorpora juros e outras despesas cobradas na contratação.

Compare o CET e o total pago entre propostas equivalentes.

Juros Tarifas IOF

Seguros e serviços incluídos

Outros encargos

02

Como a publicidade muda a decisão

A mensagem altera o modo como percebemos necessidade, urgência e capacidade de pagamento.

A publicidade vende significados

Produto

O objeto ou serviço oferecido

Promessa

Conforto, pertencimento, status ou segurança

Decisão

A compra parece aproximar o consumidor da promessa

Necessidade, desejo e oportunidade

Necessidade

Resolve um problema real e atual.

Desejo

Pode ter valor pessoal, mas admite espera e comparação.

Oportunidade

A promoção cria urgência. Ainda assim, o gasto permanece.

Estratégia: (constante renovação da mercadoria) + (crédito facilitado)

Pergunta útil: eu compraria pelo preço normal e sem parcelamento?

Gatilhos frequentes nas ofertas

Escassez

“Últimas unidades”

Urgência

“Só até hoje”

Prova social

“Milhares já compraram”

Ancoragem

Preço antigo aumenta a sensação de desconto

Facilidade

Compra em um clique e crédito pré-aprovado

Personalização

Oferta baseada em dados e comportamento

O parcelamento reduz a dor imediata

Hoje

Próximos
meses



A compra acontece uma vez. A renda futura permanece comprometida por vários meses.

Parcelamento sem juros também ocupa orçamento.

A publicidade digital escolhe mensagem e momento

Dados observados

- Buscas e navegação
- Compras anteriores
- Localização e dispositivo
- Interações em redes sociais

Efeito sobre a oferta

- Produto selecionado para o perfil
- Mensagem compatível com o interesse
- Horário de maior probabilidade de resposta
- Repetição até a contratação

Publicidade por influenciadores

A publicidade deve permitir identificação fácil e imediata.

Sinais claros

- Patrocínio identificado
- Relação comercial informada
- Promessa compatível com evidências

Sinais de alerta

- Depoimento apresentado como espontâneo
- Resultado extraordinário sem base
- Link de compra com pressão ou urgência
- Aulas “gratuitas”

A oferta suficientemente precisa vincula o fornecedor

Preço, quantidade, condições e prazo anunciados integram o contrato.

Guarde a tela, o anúncio, a mensagem ou o folheto.
A prova da oferta pode ser decisiva.

CDC, art. 30

Publicidade enganosa e publicidade abusiva

Critério	Enganosa	Abusiva
Problema central	Induz o consumidor a erro	Fere valores protegidos ou explora vulnerabilidades
Como ocorre	Informação falsa ou omissão relevante	Discriminação, medo, violência, criança, risco à saúde
Exemplo em crédito	Esconde o custo ou promete resultado irreal	Pressiona pessoa vulnerável ou estimula conduta perigosa

Crédito liberado em dois minutos

CASO PARA DISCUSSÃO

O anúncio informa: “Crédito imediato, sem burocracia. Escolha quanto deseja receber. A parcela cabe no seu bolso”. A tela destaca apenas o valor mensal e exige autorização ampla para acessar dados do celular.

Perguntas

Quais informações faltam?

Quais gatilhos aparecem?

A decisão permite
comparação?

Que prova deve ser
guardada?

A promessa de renda fácil

CASO PARA DISCUSSÃO

Uma influenciadora afirma que determinada plataforma “mudou sua vida” e oferece um código para cadastro. Ela exibe ganhos, não mostra perdas e não informa que recebe comissão pelas adesões.

Perguntas

Há publicidade identificável?

Que informação ficou ausente?

O depoimento prova o resultado?

Como a urgência interfere?

ATIVIDADE

Auditoria de um anúncio

Em duplas, escolha uma oferta fictícia ou uma publicidade lembrada pelo grupo. Não use dados pessoais.

- 01** Identifique o produto e a promessa associada.
- 02** Marque os gatilhos de urgência, escassez ou aprovação social.
- 03** Liste as informações indispensáveis que aparecem e as que faltam.
- 04** Classifique eventual risco de engano ou abuso.

Cinco perguntas antes de contratar

- 1 Eu compraria sem a promoção?
- 2 Conheço o valor total?
- 3 Comparei o CET?
- 4 A parcela cabe junto com as demais?
- 5 Posso esperar 24 horas?

Preparação para o segundo encontro

Consulte um documento financeiro recente

Fatura de cartão

Proposta ou contrato de crédito
Contracheque com
consignações Relatório do Registrato

O documento será apenas para consulta pessoal. Não haverá recolhimento nem exposição em sala.