

# Sumário

<b>Lista de Siglas</b> .....	XV
<b>Prefácio</b> .....	1
<b>Apresentação</b> .....	7
<b>1 Introdução</b> .....	11
<b>2 A Cultura de Consumo Fomentada pelo <i>Marketing</i> do Capitalismo Mercadológico</b> .....	17
2.1 A força do capitalismo de consumo e a potência do <i>marketing</i> a partir do século XIX .....	17
2.2 O consumo artificial propagado pela indústria cultural de massa .....	32
2.2.1 A padronização comportamental capitaneada pela indústria cultural de massa.....	32
2.2.2 O <i>neuromarketing</i> e a alavancagem no consumo irracional fomentado pela comunicação de massa .....	43
2.3 A publicidade em ascensão nas plataformas eletrônicas .....	55
<b>3 A Maquiagem Publicitária como Mecanismo de Fidelização do Consumidor</b> .....	69

3.1 O (in)sucesso da responsabilidade social empresarial dentro de algumas corporações .....	69
3.1.1 A difusão do conceito de responsabilidade social corporativa .....	69
3.1.2 A imagem e o <i>branding</i> empresariais, o consumo identitário e a manipulação da informação publicitária de algumas corporações .....	82
3.2 A maquiagem publicitária e casos emblemáticos .....	86
3.2.1 <i>Greenwashing, bluwashing e pinkwashing</i> .....	86
<b>4 Controle e Responsabilidade do Fornecedor pela Veiculação de Publicidade Enganosa .....</b>	<b>105</b>
4.1 A vulnerabilidade do consumidor diante da maquiagem publicitária .....	105
4.1.1 As vulnerabilidades técnica, jurídica, socioeconômica, informacional, política, ambiental e neuropsicológica .....	105
4.1.2 A vulnerabilidade algorítmica.....	121
4.2 O enquadramento da maquiagem publicitária como publicidade enganosa .....	127
4.3 A tutela da publicidade como direito transindividual e as diferentes formas de controle .....	141
4.3.1 A tutela da publicidade e os interesses coletivos <i>lato sensu</i> .....	141
4.3.2 A maquiagem publicitária, as obrigações de fazer e não fazer e o dano moral coletivo.....	151
4.4 A responsabilidade civil dos fornecedores que veiculam publicidade ilícitas nas relações de consumo.....	160

4.4.1 Responsabilidade administrativa e civil .....	161
4.4.2 Responsabilidade penal.....	170
<b>5 Considerações Finais .....</b>	<b>175</b>
<b>Referências .....</b>	<b>183</b>