

EFICÁCIA DAS NORMAS NO CÓDIGO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR REFERENTES À PUBLICIDADE ABUSIVA E ENGANOSA NO BIODIREITO

Henrique Mioranza Koppe Pereira (BIC-FAPERGS), Agostinho Oli Koppe Pereira (orientador), Josiane Petry Faria (bolsista), Leonel Severo Rocha (pesquisador) - Depto. de Direito Privado/Centro de Ciências Jurídicas/UCS - hmkperei@ucs.br

A área da publicidade tem se manifestado por apresentar sérios problemas no que se refere a proteção ao consumidor, quando se trata de enganabilidade e abusividade, principalmente quando se pondera que o homem é parte de uma realidade social com implicações de toda ordem. Assim a presente pesquisa possui como objetivo nuclear analisar as normas atinentes à publicidade constante do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (artigos 36, 37 e 38), verificando a sua eficácia, no meio social, como elemento coibidor da prática publicitária abusiva e enganosa, no que se refere ao biodireito vinculado com o consumidor. Portanto, o tema ora em debate é amplamente difundido e invariavelmente envolve questões polêmicas e transdisciplinares, merecendo a devida atenção dos mais variados setores da sociedade, face à sua magnitude e expressão. Nessa perspectiva o método utilizado na pesquisa é o dialético e o procedimento a ser aplicado será de análise das normas do CDC, verificando sua aplicabilidade à publicidade impressa (revistas, jornais, folhetos, etc.) que circulam no município de Caxias do Sul. Dessa forma, a pesquisa será desenvolvida em dois momentos: o primeiro, com o estudo do tema publicidade abusiva e enganosa no Código de Proteção e Defesa do Consumidor e sua caracterização em âmbito bibliográfico; o segundo, a análise, por amostragem, da publicidade impressa, buscando a compatibilidade, ou não com as normas do CDC. Mediante a análise proposta, será verificada a eficácia das normas do CDC frente à publicidade abusiva e enganosa no Biodireito. Sendo assim, justifica-se também a pesquisa, porque as formas de publicidade enganosa e abusiva acarretam enormes prejuízos no âmbito social, que vão desde o simples dano econômico até os danos ambientais e de saúde ao consumidor individual e coletivamente.

Palavras-chave: biodireito, direito, consumidor

Apoio: UCS, FAPERGS