

114

O BIODIREITO E A PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA NO CÓDIGO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. *Henrique Mioranza Koppe Pereira, Josiane Petry Faria, Agostinho Oli Koppe Pereira (orient.) (UCS).*

A 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 heterogênea. 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 sua eficácia, no meio social, como elemento coibidor da prática publicitária abusiva e enganosa, no que se refere ao biodireito no âmbito das relações de consumo. Nessa perspectiva, o método utilizado na pesquisa é o dialético e o procedimento a ser aplicado é de análise das regras do CDC e normas do biodireito, verificando sua aplicabilidade à publicidade impressa veiculada no município de Caxias do Sul. Dessa forma, a pesquisa está se desenvolvendo em três 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, o estudo do biodireito e o terceiro, a ser posto em prática, a análise, por amostragem, da publicidade impressa, buscando a compatibilidade, ou não com as normas do CDC, verificando a eficácia dessas regras frente o Biodireito. Assim, após a definição do estágio evolutivo da sociedade atual e sua vasta capacidade de criação e inovação, bem como demonstrada a necessidade de se manter o progresso da ciência através do respeito à bioética e ao biodireito, como meios não de inibição, mas de compatibilidade entre a biotecnologia e a moral social, possamos prosseguir no enfrentamento da questão proposta na fase derradeira da pesquisa. (Fapergs).