

208

PUBLICIDADE ABUSIVA: SUA REGULAMENTAÇÃO NO MERCOSUL. *Daniela Corrêa Jacques, Cláudia Lima Marques.* (Departamento de Direito Público e Filosofia do Direito, Faculdade de Direito, UFRGS).

Na sociedade contemporânea, a publicidade passou a interferir fortemente nas relações de consumo e, assim, na vida de todos os cidadãos (CENIVIVA, 1991), de tal maneira a afirmar-se que não há sociedade de consumo sem publicidade (BENJAMIN, 1994). Tais alterações das relações econômico-sociais, acentuadas pelo processo de globalização ora em curso, demandam mecanismos legais de controle da publicidade, contendo seus abusos. No cenário atual, com estímulo à comercialização de países membros de blocos econômicos, a publicidade não se circunscreve a fronteiras nacionais. A publicidade abusiva, de difícil visualização, pode violar alguns direitos fundamentais ratificados pelos países membros em tratados e convenções, como a proteção ambiental, a não discriminação de qualquer natureza. Como não cabe estabelecer regras jurídicas que extrapolem as fronteiras nacionais, defende-se a proposta de que cada país membro de blocos econômicos, particularmente do Mercosul, inclua em sua legislação interna normas de controle à publicidade abusiva. Através do exame doutrinário, jurisprudencial e ainda da legislação dos países que compõem o Mercosul, levantando os aspectos constitutivos da publicidade abusiva, bem como alguns aspectos da publicidade comparativa, aponta-se para a necessidade de um sistema de aproximação jurídica, com adoção de normas em harmonia e coordenação de direitos nacionais e supranacionais.