

O presente trabalho é a conclusão de uma pesquisa que vem sendo realizada desde fevereiro de 1994 e que tem como tema central a publicidade e sua relação com a proteção do consumidor. Temas como o conceito de publicidade e o regime da publicidade no Código de Proteção e Defesa do Consumidor, estudados anteriormente, são agora complementados pelo estudo do controle da publicidade numa perspectiva maior, além de nossas fronteiras, qual seja, o MERCOSUL. Para tanto valemo-nos dos estudos anteriores a respeito da legislação brasileira concernente ao tema e acrescentamos estudos acerca da legislação existente nos outros estados partes: Argentina, Uruguai e Paraguai, sobre publicidade. Esta pesquisa teve como principal escopo analisar de que forma é exercido o controle da publicidade nos países integrantes do MERCOSUL e, por consequência, o quão protegido está o consumidor dentro destes países. Frente às grandes diferenças encontradas nas legislações destes países quando tratam da proteção do consumidor, principalmente no que se refere a publicidade enganosa e abusiva, mais uma vez se alerta para a necessidade de uma efetiva harmonização das legislações, para que o consumidor não se sinta (e o seja efetivamente) mais protegido em um país do que no outro, contrariando todos os princípios de um legítimo processo de integração como pretendemos estabelecer com o MERCOSUL. O trabalho foi desenvolvido através de consultas bibliográficas e elaboração de fichas de leitura científica.