

Adalberto **Pasqualotto**  
(Organizador)

# PUBLICIDADE DE TABACO



Frente e Verso da Liberdade de Expressão Comercial

Bruno Miragem • Claudia Lima Marques • Dalmo de Abreu Dallari  
Daniel Francisco Nagao Menezes • Fernanda Saback Gurgel • Geraint Howells  
Ingo Wolfgang Sarlet • Jonathan Liberman • Juan Carballo  
Laura Perriam • Luís Renato Vedovato • Micah L. Berman  
Oscar Cabrera • Paula Ávila Guillen • Sabrina Cardoso Bernardo  
Suzana de Toledo Barros • Walter José Faiad de Moura

atlas

## Resumo de Publicidade de Tabaco

A proibição da publicidade de tabaco, estratégica para o êxito da campanha liderada pela Organização Mundial da Saúde no combate aos males do tabagismo, estabeleceu um confronto jurídico entre os poderes regulatórios do Estado e a liberdade de expressão.

Anunciantes, empresas de comunicação social e agências de propaganda sustentam que a publicidade comercial é uma forma de liberdade de expressão protegida pela Constituição. Como tal, pode ser restringida, mas não proibida.

O modelo teórico dessa argumentação é a jurisprudência da Suprema Corte dos Estados Unidos, que protege a publicidade como liberdade de expressão comercial. Este livro, que reúne contribuições de renomados autores nacionais e estrangeiros, defende outro ponto de vista: a publicidade é uma liberdade comercial e o fato de se expressar especialmente pelos meios de comunicação social não deve confundi-la com a essencialidade da informação que a mídia leva ao público.

Isso porque a finalidade primária da publicidade não é informar, mas persuadir. Além do mais, o modelo teórico norte-americano não pode ser transposto para o Brasil, haja vista a diversidade de contextos constitucionais e sociais.

Embora o tema imediato seja o tabaco, o livro levanta um debate de grande atualidade sobre a regulação da publicidade em outros setores, como álcool, alimentos não saudáveis, produtos nocivos à saúde, assim como a publicidade dirigida às crianças.

Obra de relevante interesse para advogados empresariais, agentes reguladores e profissionais de organizações não empresariais. Leitura complementar para as disciplinas Direito do Consumidor, Direito Constitucional e Responsabilidade Civil dos cursos de graduação e de pós-graduação em Direito.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)