

## A LEGITIMAÇÃO DAS RESTRIÇÕES EM PUBLICIDADE DE PRODUTOS POLITICAMENTE INCORRETOS

Ligia Maria Lario FRUCTUOZO<sup>1</sup>

Nielder Tarsus Honorato da SILVA<sup>2</sup>

Orientador: Prof. Sandro Marcos GODOY<sup>3</sup>

**RESUMO:** Se a manifestação do pensamento é protegida amplamente pela Constituição Federal, sob diversas formas, como o discurso político, ideológico, religioso, por que não elevou o discurso publicitário ao mesmo patamar de proteção das Garantias Fundamentais? Certamente o constituinte justificaria o controle sobre a propaganda por seu exercício persuasivo com intuito de lucro, que pode modificar a opinião sobre determinado produto. O Estado brasileiro tem como um de seus deveres fundamentais a preservação da vida. Assim não há como permitir a livre divulgação de mensagens que possam induzir o consumidor a se comportar de maneira prejudicial a sua saúde, pelo consumo inadequado de produtos ou serviços nocivos. Com isso, à medida que os malefícios de determinado produto são provados cientificamente, sua divulgação sofre mais restrições. É o que se observa com a publicidade do tabaco que vem sofrendo severas limitações nos últimos anos, respaldadas pelo artigo 220, inciso II, § 4º da Constituição Federal, que restringe legalmente a propaganda de fumígenos. Antes da lei 9.294/96 bastava às empresas de cigarros estampar em seus anúncios algumas mensagens de conscientização sobre os danos causados pelo fumo. Porém, tal norma regulamentou em seu artigo 3º que o anúncio publicitário do tabaco não poderia ser feito nas emissoras de rádio e televisão fora do horário compreendido entre as 21 e 6 horas. Posteriormente a lei 10.167/00 alterou os dispositivos da lei anterior e em seu artigo 3º dispõe que a propaganda comercial dos produtos referidos só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda, sendo vedada completamente sua divulgação em emissoras de rádio e televisão. A restrição avança ainda sobre o conteúdo da propaganda, não sendo permitida a associação do uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem a sugestão ou indução de seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais. Atualmente estão provados os incontestáveis malefícios causados pelo fumo. E foi pela política ilusória das campanhas publicitárias do tabaco que se fez necessário o acerto estatal, limitando constitucionalmente esse tipo de propaganda. Um dos aspectos positivos das normas citadas é a substancial redução do consumo em mercados importantes da indústria do tabaco. Em contrapartida, as empresas procuram trabalhar em diversas frentes alternativas para compensar suas perdas. Não se sabe quanto tempo esse tipo de negócio poderá resistir, pois assim como a legislação se aprimora, o próprio consumidor torna-se mais crítico e questionador com o tempo. O mais importante é que o Estado defendendo o “politicamente correto” e visando o bem-estar, não irá permitir a livre

---

<sup>1</sup> Aluna das Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente.

<sup>2</sup> Aluno das Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente.

<sup>3</sup> Especialista em Direito Civil e Direito Processual Civil pela Associação Educacional Toledo de Presidente Prudente. Professor do Curso de Direito das Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. Mestrando em Teoria do Direito e do Estado pelo Centro Universitário Eurípides – UNIVEM – mantido pela Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha de Marília. Coordenador do Grupo de Estudos nas Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente “O Princípio da Igualdade e a Mulher Brasileira na Sociedade. Advogado da Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo – SABESP.

divulgação e a conseqüente manipulação da população, favorecendo o lucro de uns poucos em detrimento da saúde pública de seus cidadãos.

**PALAVRAS-CHAVES:** restrição, publicidade e tabaco