

Direito da Publicidade

Henrique Araújo Costa
Alexandre Araújo Costa



Resumo de Direito da Publicidade

Nas reações entre o setor publicitário e o Estado, existem atualmente três grandes linhas de tensão. A primeira se relaciona ao direito da concorrência, envolvendo a compatibilidade entre as normas padrão e o direito concorrencial.

Esse conflito coloca em xeque a própria existência do CNP e se desenvolve principalmente frente ao CADE. A segunda linha envolve as limitações impostas à veiculação de propagandas de produtos e serviços potencialmente lesivos aos consumidores, e é normalmente descrita pelo setor como uma questão de liberdade de expressão comercial.

A terceira abrange a compatibilidade entre o modelo de remuneração das agências de publicidade e o direito administrativo, problema que atualmente é avaliado pelo TCU. O núcleo deste livro é a análise dessas três questões, contextualizando - as historicamente e avaliando os seus possíveis impactos no setor de publicidade.

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