

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 2009, DE 2015

Acrescenta alínea ao art. 38 da Lei nº 4.117 – Código Brasileiro de Telecomunicações, para dispor sobre informação, propaganda ou publicidade que exponha a pessoa a perigo.

Autor: Deputado TENENTE LÚCIO

Relator: Deputado FÁBIO SOUSA

I – RELATÓRIO

Tramita nesta Comissão o Projeto de Lei nº 2009 de 2015, de autoria do Deputado Tenente Lúcio, com o objetivo de acrescentar alínea ao art. 38 da Lei nº 4.117 – Código Brasileiro de Telecomunicações, para dispor sobre informação, propaganda ou publicidade que exponha pessoa a perigo.

De um modo geral, a iniciativa legislativa pretende inibir a divulgação de informações e práticas de publicidade ou propaganda que possam induzir consumidores a situações de perigo. Para tanto, impõe como dever do autor da peça publicitária o de alertar, de forma inequívoca e destacada, acerca dos riscos eventuais a que está exposto o receptor da informação.

O projeto de lei foi distribuído para as Comissões de Defesa do Consumidor CDC, onde recebeu parecer pela incompetência da Comissão para se manifestar sobre o mérito da matéria, nos termos do art. 55 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados – RICD. Na sequência, a proposição foi distribuída para a Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática – CCTCI, onde chegou a receber um parecer pela rejeição e outro pela aprovação, que não foram apreciados pela CCTCI. Em seguida, será encaminhado para a Comissão de Constituição e Justiça e de

Cidadania. A proposta está sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões na forma do art. 24, II, do RICD, sob o regime ordinário de tramitação.

Durante o prazo regimental, não foram apresentadas emendas nesta Comissão e também não se encontram apensos ao texto principal do projeto.

É o Relatório.

II – VOTO DO RELATOR

O Projeto de Lei nº 2009, de 2015, de autoria do Deputado Tenente Lúcio, tem como objetivo o de proteger o cidadão brasileiro que está continuamente exposto ao estímulo de peças de propaganda e publicidade que não raro o induzem a adquirir produtos ou praticar ações que representam risco substancial à sua integridade física.

Com tal desiderato, a proposta prevê a inserção de alínea ao art. 38 do Código Brasileiro de Telecomunicações – CBT com o intuito de obrigar às rádios e TVs, na divulgação de qualquer informação, propaganda ou publicidade de produto ou serviço que possam expor qualquer pessoa a perigo, o dever de alertar sobre os riscos.

Apesar dos méritos da proposta, entendemos que seu objeto é excessivamente abrangente, restringindo potencial e indevidamente a amplitude da liberdade de expressão, a manifestação do pensamento, a criação e a informação, sob qualquer forma, nos termos do art. 220 da Constituição Federal.

Nesse sentido, há um subjetivismo perigoso na ideia de exposição ao perigo por meio de propaganda, bem como uma certa abstração na noção do modo como o alerta deveria ser feito para o consumidor da publicidade. A nosso ver, portanto, nos termos colocados, a proposição é temerária, implicando riscos impossíveis de serem antecipados.

Ademais a proposta não inovaria no ordenamento, uma vez que o Código de Defesa do Consumidor – CDC já possui disposições de teor semelhante. Nesse ponto, valemo-nos de parte do voto do parecer pela rejeição anteriormente apresentado pelo deputado Vitor Lippi.

Primeiro, o art. 31 do CDC dispõe que “a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas ..., bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores”. O art. 30 preceitua que a informação é aquela veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação, o que inclui, portanto, a TV e o rádio. O próprio CDC, em seu art. 6º, III, assegura ao consumidor o direito de ser informado adequadamente sobre os riscos apresentados pelo produto ou serviço.

No que concerne à publicidade e propaganda, o art. 37, também do CDC, atende aos anseios do presente projeto de lei. O dispositivo citado estabelece ser vedada toda publicidade enganosa ou abusiva. Por abusiva entende-se, segundo o § 2º do art. 37, que se trata de publicidade que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Resta evidente, dessa forma, que a proposta já está, de certo modo, contemplada na Lei 8.078/90, que aprovou o Código de Defesa do Consumidor - CDC, de maneira mais geral e abrangente, tornando-a a nosso ver, desnecessária.

Diante do exposto, nosso voto é pela **REJEIÇÃO** do Projeto de Lei nº 2009, de 2015.

Sala da Comissão, em de de 2018.

Deputado FÁBIO SOUSA

Relator