

**AVULSO NÃO  
PUBLICADO.  
REJEIÇÃO NA  
COMISSÃO DE  
MÉRITO**



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 2.009-A, DE 2015** **(Do Sr. Tenente Lúcio)**

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; tendo parecer da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela rejeição (relator: DEP. FÁBIO SOUSA).

### **NOVO DESPACHO:**

ÀS COMISSÕES DE:

CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 DO RICD).

### **APRECIÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

## **SUMÁRIO**

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. O art. 38 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, passa a vigorar acrescido da seguinte alínea "j":

"Art. 38 .....

j) a informação, propaganda ou publicidade de produto ou serviço, que exponha qualquer pessoa a perigo, deverá alertar, de forma clara e destacada, sobre os riscos que o receptor da informação, propaganda ou publicidade está exposto.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação oficial.

### **JUSTIFICAÇÃO**

O brasileiro está permanentemente exposto ao estímulo de uma infinidade de informações, propagandas e publicidades, que o induzem a adquirir produtos ou praticar ações de risco à sua integridade física.

Como exemplo, podemos citar a intensiva campanha de emissoras de televisão aberta, no sentido de estimular os telespectadores a ajustar as antenas de seus receptores para sintonia do sinal de televisão digital.

Essa campanha não alerta os brasileiros dos sérios riscos que representam subir uma escada para acessar o telhado da casa. Isso tem causado um grande aumento de acidentes de pessoas que caem de escadas e telhados, sendo muitas delas levadas à invalidez permanente e à morte.

O sinal de televisão analógica será desligado até o ano de 2018 e isso significa que milhões de antenas sobre os telhados das casas deverão ser ajustadas ou substituídas.

Mas esse é só um exemplo entre a infinidade de informação, propaganda ou publicidade que expõe a pessoa a perigo, sem alertá-la sobre os riscos que corre.

Em decorrência disso, e para proteger a vida e a integridade física do brasileiro, necessária se faz a adoção urgente dessa medida legal.

**Sala das Sessões, em 18 de junho de 2015.**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
 Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 4.117, DE 27 DE AGOSTO DE 1962**

Institui o Código Brasileiro de  
Telecomunicações.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....  
**CAPÍTULO V**  
**DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES**  
 .....

Art. 38. Nas concessões, permissões ou autorizações para explorar serviços de radiodifusão, serão observados, além de outros requisitos, os seguintes preceitos e cláusulas: *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 10.610, de 23/12/2002)*

a) os administradores ou gerentes que detenham poder de gestão e de representação civil e judicial serão brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos. Os técnicos encarregados da operação dos equipamentos transmissores serão brasileiros ou estrangeiros com residência exclusiva no País, permitida, porém, em caráter excepcional e com autorização expressa do órgão competente do Poder Executivo, a admissão de especialistas estrangeiros, mediante contrato; *(Alínea com redação dada pela Lei nº 10.610, de 23/12/2002)*

b) as alterações contratuais ou estatutárias que não impliquem alteração dos objetivos sociais, as cessões de cotas ou ações ou aumento de capital social que não resultem alteração de controle societário e as modificações de quadro diretivo deverão ser informadas ao órgão do Poder Executivo expressamente definido pelo Presidente da República, no prazo de 60 (sessenta) dias a contar da realização do ato; *(Alínea com redação dada pela Lei nº 12.872, de 24/10/2013)*

c) a alteração de objetivos sociais, a alteração de controle societário das empresas e a transferência da concessão, permissão ou autorização dependem, para sua validade, de prévia anuência do órgão competente do Poder Executivo; *(Alínea com redação dada pela Lei nº 12.872, de 24/10/2013)*

d) os serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade das empresas de radiodifusão estão subordinadas às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão, visando aos superiores interesses do País; *(Alínea com redação dada pela Lei nº 10.610, de 23/12/2002)*

e) as emissoras de radiodifusão, excluídas as de televisão, são obrigadas a retransmitir, diariamente, das 19 (dezenove) às 20 (vinte) horas, exceto aos sábados, domingos e feriados, o programa oficial de informações dos Poderes da República, ficando reservados 30 (trinta) minutos para divulgação de noticiário preparado pelas duas Casas do Congresso Nacional; *(Alínea com redação dada pela Lei nº 10.610, de 23/12/2002)*

f) as empresas, não só através da seleção de seu pessoal, mas também das normas de trabalho observadas nas estações emissoras devem criar as condições mais eficazes para que se evite a prática de qualquer das infrações previstas na presente lei; *(Alínea com redação dada pela Lei nº 10.610, de 23/12/2002)*

g) a mesma pessoa não poderá participar da administração ou da gerência de mais de uma concessionária, permissionária ou autorizada do mesmo tipo de serviço de radiodifusão, na mesma localidade. *(Alínea com redação dada pela Lei nº 10.610, de 23/12/2002)*

h) as emissoras de radiodifusão, inclusive televisão, deverão cumprir sua finalidade informativa, destinando um mínimo de 5% (cinco por cento) de seu tempo para transmissão de serviço noticioso. *(Alínea com redação dada pela Lei nº 10.610, de 23/12/2002)*

i) as concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão deverão apresentar, até o último dia útil de cada ano, ao órgão do Poder Executivo e aos órgãos de registro comercial ou de registro civil de pessoas jurídicas, declaração com a composição de seu capital social, incluindo a nomeação dos brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez

anos titulares, direta ou indiretamente, de pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante. (Alínea acrescida pela Lei nº 10.610, de 23/12/2002)

§ 1º Não poderá exercer a função de diretor ou gerente de concessionária, permissionária ou autorizada de serviço de radiodifusão quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial. (Parágrafo único com redação dada pela Lei nº 10.610, de 23/12/2002, transformado em § 1º em virtude do acréscimo do § 2º pela Lei nº 12.872, de 24/10/2013)

§ 2º Serão nulas de pleno direito as alterações contratuais ou estatutárias, as cessões de cotas ou ações ou aumento de capital social, bem como as modificações de quadro diretivo a que se refere a alínea *b* do *caput* deste artigo que contrariem qualquer dispositivo regulamentar ou legal ficando as entidades sujeitas às sanções previstas neste Código. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.872, de 24/10/2013)

Art. 39. As estações de radiodifusão, nos 90 (noventa) dias anteriores às eleições gerais do País ou da circunscrição eleitoral, onde tiverem sede reservarão diariamente 2 (duas) horas à propaganda partidária gratuita, sendo uma delas durante o dia e outra entre 20 (vinte) e 23 (vinte e três) horas e destinadas, sob critério de rigorosa rotatividade, aos diferentes partidos e com proporcionalidade no tempo de acordo com as respectivas legendas no Congresso Nacional e Assembleias Legislativas.

§ 1º Para efeito deste artigo a distribuição dos horários a serem utilizados pelos diversos partidos será fixada pela Justiça Eleitoral, ouvidos os representantes das direções partidárias.

§ 2º Requerida aliança de partidos, a rotatividade prevista no parágrafo anterior será alternada entre os partidos requerentes de alianças diversas.

§ 3º O horário não utilizado por qualquer partido será redistribuído pelos demais, não sendo permitida cessão ou transferência.

§ 4º Caberá à Justiça Eleitoral disciplinar as divergências oriundas da aplicação deste artigo.

.....

.....

## **COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA**

### **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 28 de junho de 2018.

Deputado FÁBIO SOUSA  
Relator

### III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 2.009/2015, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Fábio Sousa.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Arolde de Oliveira e Roberto Alves - Vice-Presidentes, Afonso Motta, Celso Pansera, Cesar Souza, Eduardo Cury, Fabio Reis, Jorge Tadeu Mudalen, Luciana Santos, Luiza Erundina, Marcos Soares, Missionário José Olimpio, Rodrigo de Castro, Ronaldo Martins, Sandro Alex, Takayama, Tia Eron, Vitor Lippi, Bilac Pinto, Claudio Cajado, Fábio Sousa, Izalci Lucas, Jefferson Campos, João Fernando Coutinho, Josias Gomes, Josué Bengtson, Lobbe Neto, Luiz Lauro Filho, Milton Monti, Odorico Monteiro, Thiago Peixoto e Valtenir Pereira.

Sala da Comissão, em 12 de dezembro de 2018.

Deputado GOULART  
Presidente

**FIM DO DOCUMENTO**