

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 Vitor Lippi

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, de Ciência e

Tecnologia, Comunicação e Informática – CCTCI e 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.

Não obstante a boa intenção e o mérito da proposta, entendemos que o seu objeto (informações, propaganda e publicidade que causam risco à pessoa) já está de certo modo contemplado na Lei 8.078/90, que aprovou o Código de Defesa do Consumidor - CDC, de maneira mais geral e abrangente. Senão vejamos.

Quanto à divulgação de informações, 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, inclusive por meio de TV e rádio. Como se não bastasse, 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 já atende aos anseios do presente projeto de lei. O art. 37 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.

Quanto à legislação aplicável especificamente à radiodifusão, temos que a alínea “d” do art. 38 da Lei nº 4.117/62, que aprovou o Código Brasileiro de Telecomunicações – CBT, dispõe que os serviços de informação, propaganda e publicidade das empresas de TV e rádio estão subordinadas às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão. Apesar de não vedar explicitamente a veiculação de informações, propaganda e publicidade que possam colocar em risco os telespectadores, é fato que o espírito do CBT está em consonância com as regras estabelecidas pelo CDC.

Em suma, a existência de uma regra geral no CDC para todas as formas de propaganda e publicidade, combinada com a ausência de regras específicas para os serviços de radiodifusão sonora e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, torna aplicáveis as regras do CDC para os serviços de radiodifusão. De fato, a inexistência de norma específica na legislação de radiodifusão torna aplicável a norma geral prescrita pelo CDC.

Nessa toada, julgamos dispensável a aprovação do presente projeto de lei, vez que já estão protegidos os interesses do consumidor em questão. Ademais, evita-se a sobreposição de diplomas jurídicos com assuntos idênticos ou semelhantes, aprimorando o sistema legislativo e a clareza do conjunto normativo brasileiro sobre o tema.

Por fim, quanto à questão específica que se coloca na justificção do projeto de lei em análise, qual seja, a do ajuste de antenas de receptores para sintonia do sinal de televisão digital, consideramos que, em razão do tempo que a matéria levará tramitando na Câmara, não haveria justificativa prática para um projeto de lei. Oportuna seria, na hipótese, uma proposição de indicação ao Ministério das Comunicações para realização de ato administrativo que determinasse às emissoras de radiodifusão a veiculação de propagandas que deixassem claro que a mudança, troca ou direcionamento

de antenas externas deveria ser feito exclusivamente por profissional da área (antena digital). Observamos que algumas propagandas já encerram com a recomendação, mas, caso algum veículo ainda não tenha mudado sua forma de comunicação, que assim o faça.

Entendo, portanto, que o projeto, embora meritório, traz proposta já contemplada pelo ordenamento jurídico aplicável aos serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

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

Sala da Comissão, em 14 de setembro de 2016.

Deputado **VITOR LIPPI**

Relator