



COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI N.º 3.324, DE 2012

Acrescenta o § 4º ao art. 77-B da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, estabelecendo restrições à propaganda de veículos automotivos, proibindo a utilização de som, imagem e/ou qualquer outro meio sobre aqueles que irão vê-lo ou ouvi-lo em anúncios que demonstrem qualquer infração as normas de trânsito brasileiras previstas no CTB, que induza atividades criminosas, ilegais e/ou violentas no trânsito, favorecendo, enaltecendo ou estimulando tais atividades.

Autor: Deputado JESUS RODRIGUES

Relator: Deputado JOSÉ ROCHA

I – RELATÓRIO

A proposição busca restringir a difusão de propagandas de veículos automotores que induzam, favoreçam, enalteçam ou estimulem infrações ao Código Brasileiro de Trânsito (CBT). O projeto penaliza com advertência escrita, recomendação de alteração e suspensão dos anúncios e, até, a aplicação de multa a qualquer pessoa física ou jurídica responsável pela criação e veiculação do anúncio publicitário.

O projeto tramita em conformidade com o inciso II do art. 24 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, estando sujeito à apreciação conclusiva das Comissões. A proposição foi distribuída para exame de mérito às Comissões de Viação e Transporte (CVT) e de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI), e para a Comissão de



Constituição e Justiça e de Cidadania para análise de constitucionalidade e juridicidade, conforme o art. 54 do mesmo Regimento.

Na CVT o projeto foi rejeitado. Nesta Comissão, decorrido o prazo regimental, a proposta não recebeu emendas.

É o relatório.

II – VOTO DO RELATOR

A questão da restrição a propagandas que contrariem o CBT é tema recorrente nesta Casa. Em 2003, a campanha publicitária da Toyota para o lançamento de seu mais novo carro veiculava, supostamente, fortes imagens simulando infrações às normas de trânsito. Como resultado da polêmica, foi apresentado o PL 872/2003, de autoria da Dep. Zelinda Novaes. Naquele então foi apresentado parecer, não apreciado, pela rejeição ao projeto pelo relator da matéria, Dep. Gilberto Nascimento. Nove anos após, o tema volta à tona e tendo em vista a manutenção do mesmo arcabouço legislativo, o Dep. Edinho Araújo, relator do presente projeto de lei na CVT se vale da mesma linha de argumentação, com a qual concordamos.

Reiterando o voto dos relatores anteriores desta questão, gostaria de reforçar o entendimento de que a propaganda nos meios de comunicação social deve obedecer às normas constantes no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária ditado pela entidade não-governamental CONAR - Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária. O código possui efeito vinculante para as agências publicitárias uma vez que o CONAR é acolhido na lei nº 4.680/65, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda. O art. 17 da Lei indica que a atividade publicitária será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos Profissionais da propaganda. Nesse sentido e como ressaltado pelos referidos relatores, o código, no seu “Anexo O”, determina que as propagandas não devem mostrar *“desrespeito à sinalização, desrespeito aos pedestres e às normas de trânsito de uma forma geral”*.

Os relatores anteriores também baseiam os seus pareceres pela rejeição com base no Código Brasileiro de Telecomunicações



(CBT) e no Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CBT estabelece no seu art. 53 como “abuso” o emprego dos meios de comunicação *“para a prática de crime ou contravenção previstos na legislação em vigor no País, inclusive... incitar a desobediência às leis”*. De maneira adicional o §2º do art. 36 do CDC classifica como “abusiva” a publicidade que *“seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança”*.

Além de concordarmos com os argumentos elencados por ambos os relatores, tanto em 2003 quanto em 2012, e em que pese a análise constitucional a ser oferecida pela CCJC, gostaríamos de ponderar que a proibição de veiculação de propagandas ou de qualquer outro tipo de conteúdo audiovisual constitui em prática de censura aos veículos de comunicação. Dessa forma, a proposta infringe o art. 220 da Constituição Federal que determina:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

.....
§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.
.....

Ainda com relação ao artigo destacado, gostaríamos de observar que apesar do dispositivo ser claro com relação à proibição da censura, o mesmo artigo, no inciso II, do §3º, garante às famílias *“a possibilidade de se defenderem... da propaganda de produtos... que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente”*, por meio de lei federal. No entanto, entendemos que a proposta contida neste projeto extrapola o direito de defesa das famílias previsto naquele inciso, estabelecendo, na prática, a censura prévia aos meios de comunicação. Assim, a iniciativa ora em análise fere, a nosso ver, o desejo maior dos constituintes expresso no caput do artigo, isto é, a liberdade da manifestação do pensamento, sob qualquer forma, nos meios de comunicação.



Assim sendo e pelos motivos aqui expostos, votamos pela REJEIÇÃO do Projeto de Lei nº 3.324/12.

Sala da Comissão, em de de 2012.

Deputado JOSÉ ROCHA
Relator