

PROJETO DE LEI N.º 6.665-A, DE 2009
(Da Comissão de Legislação Participativa)

SUGESTÃO Nº 176/2009

Altera o § 2º do art. 77-B da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que institui o Código de Trânsito Brasileiro (CTB), para incluir a publicidade via internet entre as modalidades de mídia obrigadas a veicular mensagens educativas de trânsito; tendo parecer: da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, pela aprovação (relator: DEP. LAUREZ MOREIRA); da Comissão de Viação e Transportes, pela aprovação (relator: DEP. GIROTO); e da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, pela constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa, com emenda de redação (relator: DEP. DANIEL VILELA).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO;

VIAÇÃO E TRANSPORTES; E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO DO PARECER DA
COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO.

I - RELATÓRIO

O projeto em epígrafe, de autoria da Comissão de Legislação Participativa, altera o § 2º do art. 77-B do Código de Trânsito Brasileiro, de modo a incluir a publicidade via internet de produto oriundo da indústria automobilística entre as modalidades de mídia obrigadas a veicular mensagens educativas de trânsito.

Na justificação da proposição, argumenta-se que para ampliar a eficácia das mensagens educativas de trânsito, há que se incluir a internet entre as modalidades de mídia, de forma a alcançar a parcela do público-alvo que, cada dia mais, utiliza-se desse veículo de comunicação.

A proposta originada da Sugestão nº 176/2009 - aprovada na Comissão de Participação Legislativa, nos termos do Parecer do relator substitutivo, Deputado Roberto Britto – foi distribuída, na ordem, para exame de mérito, à esta Comissão, que ora a examina, à Comissão de Viação e Transportes e à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania. A proposição tramita em regime de prioridade e está sujeita à apreciação do Plenário.

Coube-nos, nos termos do art. 32, inciso VI, a honrosa tarefa de relatar o PL nº 6.665, de 2009, o qual, no prazo regimental, não recebeu emendas.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

Segundo o IBGE, o número de lares brasileiros que possuem computadores passou de 26%, em 2007, para 31%, em 2008. Apenas em 2008, foram vendidos cerca de 12 milhões de computadores no País. Por sua vez, o número de pessoas que acessou a internet pelo menos uma vez foi, em 2009, de 63 milhões, de acordo com estimativas do IBOPE Nielsen Online. Esses dados revelam um forte processo de democratização do acesso à tecnologia da informação no Brasil.

A inclusão digital também tem provocado transformações no mercado publicitário. As empresas têm aumentado continuamente seus investimentos em publicidade na internet, com vistas a atingir milhões de consumidores que acessam esse veículo. Nos Estados Unidos, esses investimentos deverão superar, neste ano, pela primeira vez, aqueles com mídia impressa, de acordo com levantamento realizado pela consultoria Outsell. Por seu turno, no Brasil, essa é a mídia que mais cresce.

Essa mudança de paradigma exige novas estratégias de comunicação com o público. Assim, semelhantemente às estratégias mercadológicas, o desenho de campanhas sociais deve considerar o poder de influência da internet, de forma a alcançar seus objetivos informacionais ou educativos e a atingir o maior número possível de pessoas. Portanto, é de se esperar que campanhas de educação para o trânsito,

conforme previstas no Capítulo VI do Código de Trânsito Brasileiro, sejam mais efetivas em atingir os objetivos propostos de redução do número de acidentes, de diminuição da violência e de mais paz no trânsito se também veiculadas na internet.

Observe-se que não se trata de obrigar a indústria automobilística a produzir peças publicitárias exclusivamente para transmitir a mensagem educativa de trânsito, o que representaria um custo excessivo a essas empresas e uma transferência indevida de funções do Estado para a iniciativa privada. Diferentemente, o art. 77-B prevê a inclusão desses conteúdos nas propagandas de natureza comercial, o que, a nosso ver, acarreta um custo relativamente modesto em relação ao investimento total em publicidade dessas empresas, sendo, portanto, mais condizente com a responsabilidade solidária da indústria automobilística para com a segurança no trânsito dos cidadãos brasileiros. A inclusão de mais um veículo de comunicação, conforme preconiza o projeto em tela, segue essa mesma lógica e, do ponto de vista econômico, possui uma relação custo privado/benefício social bastante positiva, recomendando sua adoção.

Ante o exposto, **votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 6.665, de 2009.**

Sala da Comissão, em 16 de junho de 2010.

Deputado LAUREZ MOREIRA
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, em reunião ordinária realizada hoje, opinou unanimemente pela aprovação do Projeto de Lei nº 6.665/2009, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Laurez Moreira.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Dr. Ubiali - Presidente, Laurez Moreira, Evandro Milhomen e Jurandil Juarez - Vice-Presidentes, André Vargas, Edson Ezequiel, Solange Almeida, Aelton Freitas, Guilherme Campos, Jairo Ataíde, Leandro Sampaio, Silas Brasileiro e Simão Sessim.

Sala da Comissão, em 23 de junho de 2010.

Deputado DR. UBIALI
Presidente