

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 2.893, DE 1997

Dispõe sobre o emprego do idioma oficial brasileiro nas situações que define e dá outras providências.

Autor: Deputado Remi Trinta

Relator: Deputado Celso Russomanno

I - RELATÓRIO

O projeto de lei epigrafado tem o objetivo de defender a língua portuguesa – idioma oficial do Brasil – por meio da obrigação de utilizá-la em diversas situações, tais como publicidade, eventos culturais ou políticos, emissões de rádio ou de televisão. São previstas situações excepcionais em que não se aplicariam os comandos da lei, como, por exemplo, razões sociais de empresas, marcas comerciais e de indústria, denominações de origem, emissões de obras musicais estrangeiras. Estabelece intervalos de valores diferenciados para aplicação de multa pecuniária, em pessoas físicas e em pessoas jurídicas, pelo descumprimento das disposições estabelecidas.

O projeto de lei em comento foi examinado, em abril de 2002, pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, que o aprovou com as duas emendas supressivas propostas pelo relator.

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor a proposição não recebeu emendas.

II - VOTO DO RELATOR

O exame do conteúdo do projeto de lei em estudo aponta os arts. 1º, 2º, 3º, 4º como relacionados a aspectos da Política Nacional das Relações de Consumo.

A redação proposta no art. 1º do projeto de lei para o “caput” do art. 31 da Lei nº 8.078/90, retira, no nosso entender, a precisão que caracteriza a redação atual da norma. Com efeito, a introdução da expressão “a denominação” no início do “caput” significaria que o próprio nome escolhido para um produto ou serviço deveria conter informações corretas, claras e precisas sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço e demais aspectos estabelecidos no art. 31. Não cabe à denominação do produto a função de esclarecimento detalhado, como é o caso, por exemplo, das que são dadas aos modelos de veículos automotores. A oferta e a apresentação, seja pelo fabricante ou pelo comerciante do produto, e também pelo prestador de serviço é que devem ser obrigadas a conter as informações relevantes para o consumidor em potencial, como está claro e preciso na redação atual do art. 31. Ademais a proposição retiraria do texto legal a importante palavra “ostensivas”. Quanto ao § 1º proposto, entendemos ser desnecessário pois a língua pátria é a utilizada na esmagadora maioria das peças de publicidade, em virtude de elas serem criadas e veiculadas para o consumidor brasileiro. Há, reconhecemos, raras inserções de publicidade em língua estrangeira, utilizadas por empresas transnacionais em campanhas de amplitude mundial, para fixação da imagem da companhia ou de um produto líder de vendas. Não julgamos, porém, que ocorrências de frases como “keep walking” ou “just do it”, em poucas inserções, ou campanhas publicitárias de escolas de idiomas estrangeiros cheguem a caracterizar uma invasão ou ataque contra nosso idioma. Em relação ao inciso I do § 2º, que permitiria a utilização de outro idioma para denominação de produtos típicos ou especialidades de origem estrangeira, entendemos haver choque com a proteção conferida pelo Estado às indicações geográficas (arts. 176 a 182 da Lei nº 9.279/96) e com a caracterização dos crimes contra indicações geográficas e demais indicações (arts. 192 a 194 da Lei nº 9.279/96). Os restaurantes que preparam culinária estrangeira costumam apresentar os pratos em seus cardápios na língua dos países onde as receitas foram criadas e desenvolvidas, já que os nomes dos pratos se tornaram tradicionais e equivalentes a uma denominação de origem. Porém, é freqüente que os nomes estrangeiros dos

pratos constantes do cardápio sejam acompanhados da correspondente explicação em português, o que torna dispensável o § 3º proposto.

Quanto ao art. 2º do projeto de lei, que obriga a formulação correta, em português, de todas as mensagens, sejam elas escritas, faladas ou confeccionadas em meio audiovisual, apresentadas em vias públicas e em espaços abertos ou franqueados ao público, afixadas em veículos de transporte coletivo ou de aluguel, ou, ainda, rebocadas por aeronaves destinadas a serviço especializado de publicidade aérea, entendemos ser, também, desnecessário, além de ter um alcance que dificultaria sobremaneira a eficácia da lei. De fato, a amplitude de “mensagem destinada a informação do público” abarcaria todo o tipo de publicidade, os cartazes e os letreiros identificadores dos estabelecimentos comerciais, assim como as placas indicativas de trânsito de veículos, colocadas pela autoridade competente. A publicidade, como já afirmamos anteriormente, é veiculada em português, com raras exceções que não entendemos como ameaças a nosso idioma. As placas de trânsito também são escritas na língua pátria. A publicidade falada, largamente empregada pelos comerciantes que atendem as camadas menos favorecidas da população, também é feita em português. Já os nomes de estabelecimentos comerciais estariam dispensados do cumprimento da lei, haja vista a nova redação proposta para o art. 31 da Lei nº 8.078/90, no art. 1º do projeto de lei. A publicidade em veículos de transporte coletivo ou rebocada por aeronaves é, majoritariamente, utilizada para fixação de nome de empresa ou de marca, e poderia, pelo próprio projeto de lei, ostentar palavras estrangeiras. Quando utilizada para divulgar algum evento público como um festival de música ou uma campanha de vacinação, é feita, necessariamente, em português. Para as disposições dos §§ 2º e 3º não cabe apreciação deste órgão técnico.

O art. 3º pretende estabelecer a obrigatoriedade de equiparação visual, sonora e em termos de compreensão entre a mensagem de informação ao público veiculada em português e a respectiva versão para outro idioma, ressaltando o setor de transporte internacional de cumprir a obrigatoriedade, em casos excepcionais. Também não concordamos com este dispositivo, já que dependente do artigo anterior.

Quanto ao 4º, concordamos com a opinião do Relator da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, que nos antecedeu na apreciação do projeto de lei. Os teclados de computadores foram desenvolvidos com base nos teclados das antigas máquinas de datilografia.

Entretanto, a ampliação das possibilidades de uso que o computador proporciona a seus usuários acarretou muitas inovações na disposição de teclas de sinais e de controle. Os teclados não têm disposições estabelecidas a bel-prazer pelos respectivos fabricantes, mas seguem padronização adotada segundo três normas fixadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas. Assim, consideramos este dispositivo inócuo, do ponto de vista do consumidor.

Embora reconheçamos a louvável intenção do Autor - defender a língua portuguesa - entendemos que o objetivo perseguido não seria alcançado com uma lei na forma da presente proposição. Cremos que o ensino rigoroso do idioma pátrio, bem como das demais disciplinas escolares, nos cursos fundamental e secundário, permitiria que nossos jovens utilizassem apropriadamente a língua nacional, convivendo naturalmente com os estrangeirismos e neologismos tão comuns em qualquer idioma.

Em face do exposto, votamos pela rejeição do Projeto de Lei nº 2.893, de 1997.

Sala da Comissão, de de 2004.

Deputado Celso Russomanno
Relator