

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

### **PROJETO DE LEI N° 872, DE 2003**

Proíbe a veiculação de publicidade que utilize imagens relativas ao cometimento de infrações de trânsito.

**Autora:** Deputada Zelinda Novaes

**Relator:** Deputado Gilberto Nascimento

#### **I - RELATÓRIO**

O projeto de autoria da Deputada Zelinda Novaes proíbe a veiculação de propagandas que se utilizem de imagens que contrariem o disposto no Código de Trânsito Brasileiro, Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997. Para os casos de infração é estabelecida multa entre 5 mil e 10 mil reais.

A proposição, sujeita à apreciação conclusiva das comissões, conforme inciso II do art. 24 do Regimento Interno desta Casa, foi distribuída para análise de mérito às Comissões de Viação e Transportes e à de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, e para análise de constitucionalidade e juridicidade, conforme art. 54 do mesmo Regimento, à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

Na primeira comissão de mérito, foi aprovado o substitutivo apresentado pelo relator, Deputado Jorge Boeira. Nessa nova versão foram adequadas as penalidades previstas, transformando a multa pecuniária em penalidade gradativa, conforme o disposto no Código de Defesa do Consumidor e na legislação de telecomunicações, que varia de advertência, suspensão de veiculação de propagandas para toda a marca anunciada, veiculação de

retificação, multa de 5 mil a 100 mil reais ou, por fim, suspensão da programação da emissora.

Nesta Comissão, decorrido o prazo regimental, não foram apresentadas emendas. O parecer apresentado pelo primeiro relator designado na CCTCI, Deputado Nazareno Fonteles, não foi apreciado.

## II - VOTO DO RELATOR

Em 2003, a fabricante de carros Toyota vinculou uma propaganda de apresentação do seu novo carro. Na peça publicitária, o motorista realizava uma série de manobras arriscadas contrariando de maneira frontal o disposto no Código Brasileiro de Trânsito. Apesar do mercado publicitário ser regulamentado por diversos dispositivos legais, são vários os comerciais que, de uma forma ou de outra, extrapolam os limites convencionados. Este projeto visa evitar que peças publicitárias que contenham cenas de infrações de trânsito continuem a instigar e a deseducar o telespectador.

O exercício da publicidade é acompanhado pelo CONAR, Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária. O órgão, apesar de ser uma entidade não governamental, é acolhido pela Lei nº 4.680/65, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda. O dispositivo que lhe credencia supervisionar esse mercado é o art. 17 da Lei, o qual dispõe que a atividade publicitária será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos Profissionais da propaganda. O referido Código, por sua vez, estabelece logo no seu art. 1º que "**todo anúncio deve ser respeitador e conformar-se às leis do país; deve ainda, ser honesto e verdadeiro**". Na seção destinada à Segurança e Acidentes, segue-se:

**" Artigo 33º Este Código condena os anúncios que:**

**a. manifestem descaso pela segurança, sobretudo quando neles figurarem jovens e crianças ou quando a estes for endereçada a mensagem;**

**b. estimulem o uso perigoso do produto oferecido;**

**c. deixem de mencionar cuidados especiais para a prevenção de acidentes, quando tais cuidados forem essenciais ao uso do produto;**

....."

É com base nesses e outros artigos do Código que o Conar age, como, por exemplo, agiu no caso do comercial citado. Naquele episódio, quatro consumidores se manifestaram preocupados com a mensagem passada pelo anúncio, cuja estrela era o ator de *Hollywood*, Brad Pitt, e o Conar determinou que o comercial fosse modificado retirando as cenas consideradas arriscadas. Esse é um exemplo de como os criadores publicitários ultrapassam a fronteira da legalidade e, quando isso ocorre, deixam como única forma de defesa à sociedade a ação de um ente não governamental.

Todavia, a ação efetiva do Conar não é garantida. Uma análise mais aprofundada dos números do Conar, de 2004, publicados no seu sitio da Internet, indica um baixo índice de intervenções. Naquele ano, foram analisados quase 400 processos, sendo que um terço deles foram arquivados sem resultar em nenhum tipo de recomendação.

Além dos anunciantes, por outro lado, as emissoras de televisão também podem ser processadas com base na publicidade veiculada. O CBT - Código Brasileiro de Telecomunicações, Lei nº 4.117/62, estabelece:

**"Art. 53. Constitui abuso, no exercício da liberdade da radiodifusão, o emprego desse meio de comunicação para a prática de crime ou contravenção previstos na legislação em vigor no País, inclusive:**

**a) incitar a desobediência às leis ou decisões judiciais;**

....."

As penalidades previstas no CBT são multa, suspensão, cassação e detenção. No entanto, a caracterização de abuso no exercício da liberdade de comunicação é de difícil concretização, por ser esse um conceito antigo, introduzido no Código por uma alteração legal de 1967, à época de regime de exceção. Logo, a caracterização da concorrência das emissoras à ilegalidade não possui efeito prático conhecido.

Outra forma de defesa, embora indireta, à disposição do telespectador é a *ação civil pública*. Estabelecida pela Lei nº 7.347/85, a ação somente poderá ser impetrada pelo MP - Ministério Público, ou outros órgãos

públicos, invocando danos morais aos interesses difusos ou coletivos. O interesse **difuso**, tal como definido no Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078/90, é "o transindividual, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato". Assim, o MP, por exemplo, terá que, primeiramente, aceitar a argumentação, oferecida por algum telespectador ou entidade, e propor uma ação com base na citada lei. Na propositura, poderão ser invocados danos morais ao direito difuso da sociedade, uma vez que não se pode precisar nem quem, nem quantas pessoas foram atingidas. No entanto, elas são ligadas entre si pela circunstância de terem sido todas elas atingidas por uma determinada emissão.

Assim, vê-se que o telespectador não é protegido de maneira direta, pessoal e eficaz de emissões que transgridam ou incitem à prática da ilegalidade. Nesse sentido, o objetivo da proposição ora em análise é válido, pois a aprovação de uma nova lei, destinada especificamente para as peças publicitárias, fornecerá aos telespectadores um instrumento legal unívoco para a propositura de ações legais.

O substitutivo proposto pela Comissão de Viação e Transporte propôs profícuos melhoramentos ao projeto original. Deu um caráter educativo às propagandas, graduou as penalidades e caracterizou, de forma clara, os possíveis infratores.

Dessa forma, acreditamos que a sanção deste diploma legal, tal como proposto no Substitutivo, representa um avanço para a legislação brasileira e se constituirá em um novo e importante aliado para o crescimento da sociedade brasileira.

Isto posto, somos pela APROVAÇÃO ao Projeto de Lei nº 872/03 na forma do SUBSTITUTIVO proposto pela Comissão de Viação e Transporte.

Sala da Comissão, em de de 2005.

Deputado Gilberto Nascimento  
Relator