

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA.

PROJETO DE LEI N.º 3285, DE 2000.

Obriga as emissoras de rádio e televisão, bem como os jornais e revistas de divulgarem mensagem publicitária incentivando a poupança.

Autor: Deputado DE VELASCO

Relator: Deputado MARCELO BARBIERI

VOTO, EM SEPARADO, DO DEPUTADO SALVADOR ZIMBALDI

I – RELATÓRIO

Trata a referida proposição legislativa, de autoria do nobre Deputado De Velasco, de pretensão em obrigar as emissoras de rádio e televisão, bem como os jornais e revistas, de divulgarem mensagens publicitárias com vistas a divulgar e incentivar a poupança em períodos e datas usuais de anúncios publicitários como o Natal, Dia das Mães, Dia dos Pais, dentre outros.

Na justificativa do referido projeto de lei, o autor alega que a publicidade comercial veiculada em datas comemorativas, como as acima citadas, estimulam o consumo de bens levando as pessoas a se endividarem.

Entende ainda, que a inserção de uma advertência “Cuidado, não se endivide, poupe para o futuro”, traria grandes benefícios para minimizar os gastos das famílias brasileira, uma vez eu teria o tom de lembrar, ao fim e ao cabo, que elas não deveriam gastar mais do que dispõem em seu orçamento doméstico.

Considerando que não há emendas, deve a Comissão de Ciências e Tecnologia, Comunicação e Informática.

II – VOTO DO RELATOR

Somente pode se cogitar em restringir a publicidade comercial em raros e excepcionais casos em que haja risco efetivo para a população. Este é o papel do Estado e, ainda, o motivo do Constituinte reservar competência exclusiva para a União legislar sobre a matéria, logo o Congresso Nacional.

No caso em exame, não há de se falar em risco algum, mas sim de pretensão em criar uma obrigatoriedade de incluir e, de uma certa forma, adentrar e controlar, a publicidade comercial de TODO tipo de produto que, PÔE ou NÃO, ser destinado à campanhas comerciais e publicitárias para vendas nos períodos de datas comemorativas.

Diante deste prisma, poderíamos até exemplificar: como diferenciar um produto destinado a presentear um Pai, em seu dia, de um produto destinado a presentear um homem qualquer, mesmo que Pai, por exemplo, se a data de seu aniversário coincidir com o Dia dos Pais?

Na verdade, qual a efetiva necessidade de advertir a população sobre comprar ou não comprar? Sobre gastar ou não gastar? Sobre se endividar ou não se endividar?

Muito pelo contrário cabe ao Estado federal criar mecanismos para que a família brasileira possa comprar, gastar e, se for da vontade dela, se endividar a juros não extorsivos e sem ficar ao bel prazer dos pacotes econômicos sem efeito e da taxa do dólar. Em outras palavras, não pode o Congresso Nacional querer advertir a família a que não se endivide no Natal, no Dia dos Pais ou das Mães, momentos em que tradicionalmente elas próprias, as famílias, decidem o quanto querem e o quanto podem gastar com presentes e agrados aos seus entes familiares.

A simples alegação de que anúncios atraentes são suficientes para mostrar as novidades e criar, assim, novas necessidades de consumo, não basta e não legitima o poder público a interferir na muito competente publicidade brasileira. Estes anunciaremos, na verdade, dada a concorrência de produtos, muito mais informam a população sobre as diferenças de preços e vantagens de crediário, por exemplo, do que fomentam o consumo pelo simples motivo de datas comemorativas.

Concluído, entendo não ser plausível este tipo de advertência por não haver necessidade da intervenção do Estado, por advertência por não haver necessidade da intervenção do Estado, por advertência genérica, indiscriminada, de qualquer ordem na publicidade comercial de produtos anunciados nas datas comemorativas como pretende a proposição legislativa em análise.

Adiante do exposto, conclamo aos nobres deputados desta Comissão que rejeite o presente projeto de lei.

Sala da Comissão, 30 de agosto de 2001

Deputado SALVADOR ZIMBALDI