



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.781-B, DE 2004

(Do Sr. Pompeo de Mattos)

Veda a promoção publicitária de veículos automotores que induzam ao excesso de velocidade, desrespeito à sinalização, aos pedestres e às normas de trânsito; tendo pareceres: da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela rejeição (relator: DEP. GUSTAVO FRUET) e da Comissão de Viação e Transportes, pela rejeição (relator: DEP. VANDERLEI MACRIS).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA;

VIAÇÃO E TRANSPORTES E

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

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática:

- parecer do relator
- parecer da Comissão

III - Na Comissão de Viação e Transportes:

- parecer do relator
- parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - É vedado a promoção publicitária de veículos automotores que induzam ao excesso de velocidade, desrespeito à sinalização, aos pedestres e às normas de trânsito.

Art. 2º - Revogam-se as disposições em contrário.

Art. 3º- Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

J U S T I F I C A T I V A

O presente Projeto de Lei visa proibir a publicidade da indústria automobilística que induzam ao excesso de velocidade, desrespeito à sinalização, aos pedestres, às normas de trânsito e a vida.

Verifica-se em diversas campanhas publicitárias a falta de compromisso social da indústria automotiva e das agencias de publicidade, desrespeitando a sua própria legislação, contida no Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária – CONAR, no Anexo “O” - da propaganda de Veículos Motorizados :

1. Não se permitirá a divulgação de dados de desempenho que correspondam a condições de uso atípicas para a maioria dos Consumidores - a não ser quando tais condições forem claramente especificadas.

2. Não se permitirá que o anúncio contenha sugestões de utilização do veículo que possam pôr em risco a segurança pessoal do usuário e de terceiros, tais como ultrapassagens não permitidas em estradas, excesso de velocidade, não utilização de acessórios de segurança, desrespeito à sinalização, desrespeito aos pedestres e às normas de trânsito de uma forma geral.

3. Também não serão permitidos anúncios que induzam o usuário a desrespeitar, quando na direção de veículos motorizados, as regras de silêncio e de higiene das vias públicas, bem como do respeito aos recursos naturais e ecológicos quando em viagem.

4. Os anúncios não deverão induzir a erro quanto às características específicas do veículo, tais como consumo, velocidade, desempenho, conforto e segurança.

Enquanto isso verificamos centenas de anúncios convidando os motoristas a experimentarem a potência dos veículos: “Hyundai: Você não dá partida. Dá largada.”, “Ford Ka Dirija agasalhado que o friozinho na barriga é grande.”. “Chegou o Ka XR 1.6. Simplesmente rápido, muito rápido.”. “Golf: Conforto, elegância, estilo. E 180 cavalos de potência, que é pra você não afrescalhar. Novo Golf GTI.”. “Ford Ka : Até os mais rápidos vão se surpreender com tanto desempenho”. “Golf Sport. Transforma garotos em adultos. E adultos em garotos. (junho de 2003)”.

É necessário uma nova cultura da mídia do país, demonstrando responsabilidade social sobre a temática do trânsito seguro e às normas, afinal o trânsito brasileiro ainda é um dos recordistas mundiais em acidentes e um dos maiores problemas de saúde pública no país. Representam o **segundo maior problema de saúde pública**, só perdendo para a desnutrição.

Além do sofrimento humano decorrente da perda de vidas, dos dolorosos ferimentos físicos e psicológicos, da incapacitação física ou mental e das conseqüências diretas na produção econômica nacional, os acidentes de trânsito acarretam um prejuízo de R\$ 105 milhões ao Brasil. Uma verdadeira fortuna que poderia estar sendo aplicada na melhoria das condições de vida dos brasileiros. São custos médico-hospitalares, resgate de vítimas, perda de produção, custos previdenciários, atendimento policial, danos a veículos, propriedade de terceiros e mobiliário urbano, sinalização, remoção de veículos, processos judiciais e congestionamento.

Segundo dados da DPRF - Departamento da Polícia Rodoviária Federal, morrem em média no Brasil, 40 mil pessoas em acidentes de trânsito todos os anos, sendo que mais da metade desses acidentes têm como causa o excesso de velocidade. Em 1998, 75% dos acidentes ocorreram com o tempo bom, 61% durante o dia e 67% nas retas: quanto maior a velocidade, maior a possibilidade do condutor perder o controle do veículo.

Estatísticas levantadas pelo Departamento de Estradas e Rodagens do Rio de Janeiro, apontam que 41% são causados excesso de velocidade

Os atropelamentos no país são responsáveis por 36% das mortes nas estradas. O pedestre só tem chance de sobreviver se o veículo estiver a 30 km. Se o

motorista estiver a 40 km/h, a chance de óbito vai para 15%. A 60 km/h, a chance de morte cresce assustadoramente, vai para 70%.E, caso o pedestre seja apanhado a 80 km/h, provavelmente não terá qualquer chance de sobreviver.

Os acidentes de trânsito não são coisas naturais, não precisam ocorrer e podem ser prevenidos. No entanto, envolvem mudanças de mentalidade e comportamento, por estas razões apresentadas, solicito aos ilustres colegas parlamentares a aprovação deste projeto.

Sala das Sessões, 15 de junho de 2004.

P O M P E O D E M A T T O S

Deputado Federal
Vice-líder da Bandada
PDT/RS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 3.781, de 2004, proíbe a promoção publicitária de veículos automotores que induzam ao motorista a infringir as leis de trânsito. Alega o autor, Deputado Pompeo de Mattos, ser recorrente o fato de campanhas publicitárias explorarem a potência dos veículos como “isca” para atrair a atenção do consumidor, num incentivo subliminar à direção perigosa, como o guiar em excesso de velocidade. O projeto também veda mensagens com conteúdo que sugiram o desrespeito à sinalização, aos pedestres e às normas de trânsito.

Inicialmente distribuída à esta Comissão, o Projeto de Lei nº 3.781, de 2004, será apreciado ainda pela Comissão de Viação e Transportes e pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania. Em novembro de 2005, foi designado como relator do Deputado Adelor Vieira, que apresentou, em janeiro de 2006, parecer pela aprovação.

Finda a legislatura, a proposição foi arquivada, nos termos do art. 105 do Regimento Interno, tendo sido desarquivada a pedido do autor. Não foram apresentadas emendas ao final do prazo regimental.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A regulação da publicidade tem sido um tema recorrente no Parlamento brasileiro. Esta Comissão já apreciou inúmeros projetos de lei que visam restringir ou proibir a publicidade de várias ações. Muitos deles estão ancorados na própria Constituição, que dedica alguns de seus dispositivos do Capítulo da Comunicação Social à questão da publicidade.

O princípio básico é o da liberdade, na forma do art. 221, cujo enunciado é:

Art. 221. “ 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.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

Entretanto, no mesmo artigo, o Constituinte incluiu ressalvas ao princípio universal da liberdade de expressão, em que pese seja o dispositivo uma cláusula fundamental e pétrea do ordenamento constitucional. Dessa forma, a Constituição tratou de assegurar dispositivos que protegessem a sociedade da veiculação de mensagens ofensivas e danosas, especialmente no que diz respeito à propaganda.

Eis o texto constitucional:

“Art. 221. 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.

(...)

§ 3º Compete à lei federal:

I – regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada

*II – estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família se defenderem da de programas ou programações de televisão que contrariem o disposto no artigo 221, **bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.** (grifo nosso)*

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

Desta forma, a Carta Magna do País admitiu a restrição à criação publicitária e sua veiculação, porém não baseando em extensos campos temáticas, e sim em princípios. Objetivamente, especificou-se apenas o caso do tabaco, das bebidas alcoólicas, dos agrotóxicos, medicamentos e terapias.

O projeto em questão proíbe expressamente qualquer tipo de veiculação publicitária que induza ao excesso de velocidade, desrespeito à sinalização, aos pedestres e às normas de trânsito. Em que pese concorde inteiramente com a motivação da proposta - que a questão da segurança no trânsito é primordial para o País, e que as mais de 40 mil mortes que ocorrem anualmente representam um enorme prejuízo não apenas em vidas, mas em termos econômico e financeiro - , suspeitamos que a forma proposta não é a mais adequada e restará, na melhor das hipóteses, inócua.

Primeiramente, porque o mandamento proposto, na forma do art. 1º do PL – “*é vedado a promoção publicitária de veículos automotores que induzam ao excesso de velocidade, desrespeito à sinalização, aos pedestres e às normas de trânsito*” - é excessivamente subjetivo e carece de fundamentação teórica. Como aferir, numa propaganda, se um veículo está “acima ou abaixo da velocidade permitida para a via?”. Inferir que a exaltação dos avanços tecnológicos

da indústria automobilística é uma indução à velocidade é uma conclusão que reside no terreno da especulação. Muitos dos enunciados, aliás, enfatizam os aspectos da segurança dos automóveis.

Em segundo lugar, controlar o conteúdo das peças é, como decorrência do exposto acima, abrir brechas para que se instale o controle ideológico e o cerceamento da liberdade de expressão. Ademais, a Constituição já assegura, na forma do inciso II do art. 221 - *estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família se defenderem da de programas ou programações de televisão que contrariem o disposto no artigo 221, **bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente** - instrumentos suficientes para que qualquer cidadão que se sinta lesado recorra à Justiça.*

Adicionalmente, desde 1980, como ressaltou em seu parecer o nobre relator que me antecedeu, o setor da propaganda comercial é regulado pelo Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária, no qual detém assento as principais entidades representativas da área. As disposições do código são aplicadas pelo Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária – CONAR¹. Trata-se de uma organização não governamental que se dedica a impedir a veiculação de publicidade enganosa ou abusiva, e visa promover a liberdade de expressão publicitária e defender as prerrogativas constitucionais da propaganda.

Além de dispositivos gerais sobre os princípios éticos e legais da propaganda, o Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária abriga um regulamento específico para a propaganda de automóveis, caminhões, ônibus e tratores. O Anexo “O” da norma proíbe, entre outras restrições, “o anúncio que contenha sugestões de utilização de veículo que possam pôr em risco a segurança pessoal do usuário e de terceiros, tais como ultrapassagens não permitidas em estradas, excesso de velocidade, não-utilização de acessórios de segurança, desrespeito à sinalização, desrespeito aos pedestres e às normas de trânsito de uma forma geral.”

¹ <http://www.conar.org.br/>

Acessoriamente, princípios éticos para a propaganda comercial em geral também estão estabelecidos pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor, na forma da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Em uma análise mais aprofundada da proposição, teríamos ainda a acrescentar que a mesma não estabelece parâmetros claros e norteadores para uma classificação apropriada do que seria uma publicidade cabível ou “saudável” e o que seria uma publicidade “nociva”. E sequer são estabelecidas penalidades para os infratores, o que esvazia qualquer caráter reparador que o mandamento máximo pode vir a ter, em função da impunidade que seria estabelecida. Assim, inócuo.

É preciso, sim, discutir de maneira séria, premente e responsável as implicações e consequências do trânsito na vida de cada brasileiro; no comportamento da sociedade e no desenvolvimento do País. Porém, destaco que tais argumentos fogem à competência dessa comissão. O que cabe é avaliar o aspecto da publicidade, à luz do Direito Positivo. Quanto a isso, ressalto que são desejáveis estudos e avaliações técnicas e científicas do impacto e da influência que os anúncios exercem sobre os indivíduos, bem como a chamada “responsabilidade social” dos anunciantes, mas acreditamos que esse trabalho deve ser feito no âmbito de uma discussão que envolva outros temas tão latentes quanto este, como a publicidade de bebidas alcoólicas.

Pelas razões expostas, vota-se pela REJEIÇÃO do Projeto de Lei nº 3.781, de 2004.

Sala da Comissão, em 09 de abril de 2008.

Deputado GUSTAVO FRUET

Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou unanimemente o Projeto de Lei nº 3.781/2004, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Gustavo Fruet.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Walter Pinheiro - Presidente, Ratinho Junior, Bilac Pinto e Paulo Roberto - Vice-Presidentes, Abelardo Camarinha, Ariosto Holanda, Cristiano Matheus, Dr. Adilson Soares, Edigar Mão Branca, Elismar Prado, Emanuel Fernandes, Gustavo Fruet, Jorge Bittar, Jorge Tadeu Mudalen, José Mendonça Bezerra, José Rocha, Julio Semeghini, Jurandy Loureiro, Luiza Erundina, Manoel Salviano, Maria do Carmo Lara, Mendes Ribeiro Filho, Miro Teixeira, Nelson Meurer, Nelson Proença, Nilson Pinto, Paulo Henrique Lustosa, Rodrigo Rollemberg, Sandes Júnior, Ana Arraes, Angela Amin, Carlos Willian, Cida Diogo, Colbert Martins, Joseph Bandeira, Nazareno Fonteles, Paulo Piau, Rafael Guerra, Rebecca Garcia e Roberto Britto.

Sala da Comissão, em 9 de abril de 2008.

Deputado WALTER PINHEIRO
Presidente

COMISSÃO DE VIAÇÃO E TRANSPORTES

I – RELATÓRIO

Chega para exame desta Comissão de Viação e Transportes o Projeto de Lei nº 3.781, de 2004, de autoria do Deputado Pompeo de Mattos, o qual proíbe a promoção publicitária de veículos automotores que induzam ao excesso de velocidade e ao desrespeito à sinalização, aos pedestres e às normas de trânsito.

O PL traz uma cláusula revogatória de todas as disposições em contrário e estipula na cláusula de vigência a data de publicação da lei.

Na justificação, o autor argumenta que foi motivado à apresentação do projeto pelo quadro de grande número de acidentes de trânsito, dos quais resultam milhares de mortos e feridos graves todos os anos. Tal quadro, afirma o Parlamentar, constituía, em 2004, o segundo maior problema de saúde pública do País, perdendo apenas para a desnutrição.

Para ele, a divulgação de propagandas de veículos associadas à força e rapidez induzem ao desrespeito à condução segura, contribuindo, portanto, para a ocorrência dos acidentes de trânsito.

No prazo regimental, o projeto não recebeu emendas neste Órgão Técnico.

Antes, a proposta foi objeto de parecer contrário na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática. Em sua distribuição, o projeto seguirá para exame da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

O Projeto de Lei nº 3.781, de 2004, encerra uma idéia de teor benéfico indiscutível, qual seja o de proibir a promoção publicitária de veículos automotores, com peças que induzam ao excesso de velocidade e ao desrespeito à sinalização, aos pedestres e às normas de trânsito.

Inegavelmente, se divulgadas na mídia áudio e visual, mensagens, que viessem a desrespeitar os aspectos assinalados, repercutiriam de forma danosa no seio da sociedade brasileira, que convive com um trânsito cada vez mais problemático.

Cientes da grande responsabilidade social da propaganda, enquanto meio de divulgação de grande poder persuasivo, os publicitários, apoiados em suas entidades representativas, criaram o Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária, para controlar abusos e evitar enganos. Sabedores, ademais, da importância da motorização na evolução da humanidade, da ordem superlativa dos problemas do trânsito e da necessidade da indústria automobilística de divulgar seus produtos, propuseram o Anexo “O”, que trata da propaganda de automóveis, caminhões, ônibus e tratores.

A correta aplicação do Código referido é controlada pelo Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária - CONAR, entidade civil que tem entre seus atributos o de promover a publicidade, enquanto informação precisa, e o de cuidar dos direitos constitucionais da propaganda, com destaque para a liberdade de expressão.

Em relação ao campo temático desta Comissão de Viação e Transportes, observamos que a propaganda de veículos vem adotando a prática de apresentar os dados técnicos, de conforto e segurança para a diferenciação do veículo que pretende divulgar. Frente a um consumidor cada vez mais exigente e consciente, sob as injunções claras e severas do Código de Trânsito Brasileiro em vigor e diante de um mercado múltiplo em franca concorrência, não há espaço para postura que contraponha a necessidade de segurança no trânsito, traduzida no respeito ao conjunto dos seus usuários, pedestres, ciclistas, motociclistas e os outros motoristas, e na obediência às normas legais de trânsito vigentes.

Embora louvemos a boa intenção do autor, não vislumbramos a necessidade de adotarmos sua proposta como determinação legal para orientar o setor publicitário na propaganda de veículo automotor, tendo em vista o pleno cumprimento das normas do Anexo "O" do Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária, que já adota o preceito contido no PL sob exame.

Desse modo, nosso voto é pela REJEIÇÃO do Projeto de Lei nº 3.781, de 2004.

Sala da Comissão, em 17 de dezembro de 2009.

Deputado VANDERLEI MACRIS

Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Viação e Transportes, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 3.781-A/04, nos termos do parecer do relator, Deputado Vanderlei Macris.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Milton Monti - Presidente, Pedro Fernandes, Cláudio Diaz e Osvaldo Reis - Vice-Presidentes, Beto Albuquerque, Camilo Cola, Carlos Alberto Leréia, Carlos Zarattini, Chico da Princesa, Décio Lima, Eliene Lima, Geraldo Simões, Hugo Leal, Lázaro Botelho, Leonardo Quintão, Mauro Lopes, Tadeu Filippelli, Themístocles Sampaio, Vanderlei Macris, Fernando Chucre, Flaviano Melo, Flávio Bezerra, Gonzaga Patriota, Jurandy Loureiro, Lúcio Vale, Marcelo Melo e William Woo.

Sala da Comissão, em 17 de março de 2010

Deputado MILTON MONTI
Presidente

FIM DO DOCUMENTO
