

REQUERIMENTO **(Do Sr. NELSON PROENÇA)**

Requer seja submetido à apreciação da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática o Projeto de Lei nº 6.664, de 2009.

Senhor Presidente

Requeiro a V. Ex^a, nos termos regimentais, a audiência da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática para o Projeto de Lei nº 6.664, de 2009, de iniciativa do Sr. Edmar Moreira, que “institui a obrigatoriedade de inclusão da placa alfanumérica na publicação de qualquer anúncio de venda ou troca de veículo automotor usado”.

JUSTIFICAÇÃO

A providência em tela fundamenta-se no fato de que o escopo precípua do Projeto diz respeito à inserção obrigatória, em todos os anúncios, *qualquer que seja sua forma ou meio de comunicação*, da placa alfanumérica registrada junto ao DETRAN, para venda ou troca de veículos automotores usados.

Embora em grande parte ditos anúncios comerciais sejam veiculados na imprensa escrita, também é comum a existência de websites dedicados a essa mesma função publicitária, sem contar a disseminação ampla de propaganda através de emissoras de televisão, promovida por concessionárias e agências de automóveis, o que determinará certamente novo cenário para as relações entre anunciantes, veículos e agências e até mesmo o público em geral.

A medida ganhou ainda maior dimensão após o parecer adotado pela Comissão de Defesa do Consumidor, que ampliou a exigência, não só em razão da obrigatoriedade de divulgar, além da placa do veículo, o código Renavan, como também submeteu a fiscalização do cumprimento dessas condições aos órgãos de defesa do consumidor.

Significa dizer que os veículos de comunicação social em geral, aí destacados os provedores de Internet e responsáveis por websites, ao lado das empresas de radiodifusão e da imprensa e demais atores da comunicação social,

terão suas responsabilidades acrescidas e passarão a sujeitar-se às sanções previstas no texto legal projetado.

Ora, à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, por previsão regimental, incumbe analisar todo esse contexto que envolve e coloca sob o referido marco regulatório os principais agentes do mercado publicitário e os meios da comunicação social, enlaçando por certo a sociedade por inteiro que se serve daqueles para divulgação de venda de produtos, no caso, veículos automotores.

Compartilha, portanto, aquele colegiado técnico a competência para apreciar a matéria em pauta, a qual se Insere na competência que lhe confere a alínea “c” do inciso III do art. 32 do RICD, devendo proporcionar valiosa contribuição para a apreciação final do Projeto, sob o prisma da sua repercussão sobre os meios de comunicação social, seus agentes e relações de mercado, além do público em geral que se vale da mídia para exposição e comércio de veículos automotivos.

Sala das Sessões, em de maio de 2010.

Deputado