



PROJETO DE LEI PL./0122.0/2018

Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenças ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina.

Art. 1º As pessoas físicas ou jurídicas responsáveis pela realização de eventos presenciais ou à distância devem informar, em suas peças publicitárias e programas, as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse.

§ 1º Para fins desta Lei, são consideradas relações que configuram potenciais conflitos de interesse qualquer tipo de patrocínio ou financiamento para a realização do evento, tais como recursos financeiros, pagamento de palestrantes, alimentação, transporte, hospedagem, brindes ou outro auxílio que possa ser mensurado por valor econômico.

§ 2º Os responsáveis pela organização de eventos devem informar, de forma clara, nas peças de publicidade e no programa do evento, a influência ou participação de organização empresarial, seja no conteúdo, na escolha do palestrante ou no patrocínio, bem como quaisquer contribuições que possam ter valor econômico, sem a necessidade de declarar montante recebido.

Art. 2º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeita o infrator às penalidades previstas no art. 56 a 60 da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor.

Parágrafo único. Os valores arrecadados em decorrência da aplicação de multa serão revertidos para o Fundo Estadual para Reconstituição de Bens Lesados (FRBL).

Art. 3º Os responsáveis pela realização de eventos presenciais ou à distância, referidos no *caput* do art. 1º, têm o prazo de 180 (cento e oitenta) dias, a contar da publicação desta Lei, para o cumprimento de suas disposições.

Art. 4º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões,

Deputado Dr. Vicente Caropreso

Lido no Expediente
044ª Sessão de 10/05/18
As Comissões de:
(5) JUSTIÇA
(11) FINANÇAS
(23) DIREITOS HUMANOS
Secretário



JUSTIFICATIVA

Vivemos em uma época de incessante publicidade, que chega por meio de diversos canais de comunicação, impondo-se, assim, o aperfeiçoamento dos mecanismos de defesa do consumidor, presumidamente, a parte vulnerável.

Desse modo, podemos verificar facilmente que a publicidade tem papel importante na relação de consumo, movimentando o mercado para atrair consumidores à utilização de produtos ou serviços veiculados na mídia.

Vale referir que o Código de Defesa do Consumidor reconheceu que a proteção do consumidor deve iniciar-se antes mesmo da celebração do contrato de consumo, ou seja, na fase da oferta, quando são utilizadas das técnicas de estimulação do consumo, entre as quais a publicidade.

Instituiu a Lei Consumerista, para a proteção do consumidor, uma série de normas e princípios para o controle da publicidade, coibindo a publicidade/propaganda enganosa ou abusiva, para resguardar a boa-fé do consumidor.

A Constituição Federal prevê o direito de informação como prerrogativa do consumidor e como obrigação do fornecedor, enquanto o CDC trata como princípios fundamentais a “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços” e a “proteção contra a publicidade enganosa e abusiva” (art. 6º, incisos III e IV), os quais, juntamente com o princípio da transparência (art. 4º), conferem maior proteção ao consumidor.

Nesse contexto, a iniciativa de informar, nas peças publicitárias e nos programas de eventos presenciais ou à distância, elementos que possam caracterizar conflito de interesse entre qualquer tipo de patrocínio ou financiamento para a realização do evento, tais como recursos financeiros, pagamento de palestrantes, alimentação, transporte, hospedagem, brindes ou qualquer auxílio que possa ser mensurado por valor econômico, se coaduna como o direito de informação e com a proteção ao consumidor, mas não inviabiliza a realização ou a transmissão da mensagem pretendida, apenas



reforçam sua credibilidade, pois não esconde de seus destinatários as nuances envolvidas.

Por conta das razões aqui suscitadas, apresento o presente Projeto de Lei, de enorme relevância social, pois visa coibir o desrespeito ao consumidor e preservar o livre mercado, convidando meus Pares a apoiarem sua aprovação.

Deputado Dr. Vicente Caropreso



PARECER AO PROJETO DE LEI N° 0122.0/2018

“Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presencias ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina.”

Autor: Deputado Dr. Vicente Caropreso

Relator: Deputado Marcos Vieira

I – RELATÓRIO

Trata-se de proposição legislativa, de autoria do Deputado Dr. Vicente Caropreso, que pretende dispor sobre o dever de informação, pelos responsáveis pela realização de eventos presenciais ou a distância, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, sobre as relações de qualquer natureza que configurem potenciais conflitos de interesse entre qualquer tipo de patrocínio ou financiamento para a realização do evento.

No intuito de contextualizar o texto legislativo proposto, trago à colação os §§ 1º e 2º do seu art. 1º, nestes termos:

Art. 2º [...]

§ 1º Para fins desta Lei, são consideradas relações que configuram potenciais conflitos de interesse qualquer tipo de patrocínio ou financiamento para a realização do evento, tais como recursos financeiros, pagamento de palestrantes, alimentação, transporte, hospedagem, brindes ou outro auxílio que possa ser mensurado por valor econômico.

§ 2º Os responsáveis pela organização de eventos devem informar, de forma clara, nas peças de publicidade e no programa do evento, a influência ou participação de organização empresarial, seja no conteúdo, na escolha do palestrante ou no patrocínio, bem como quaisquer contribuições que possam ter valor econômico, sem a necessidade de declarar montante recebido.

[...]



Além disso, por meio do art. 3º, é concedido aos responsáveis pelos referidos eventos o prazo de 180 (cento e oitenta) dias para a adaptação à lei ora perseguida.

Depreende-se da Justificativa de fls. 03/04 que o Autor busca o aperfeiçoamento dos mecanismos de defesa do consumidor, presumidamente a parte vulnerável das relações de consumo, resguardando, especialmente, o direito de informação.

É o relatório.

II – VOTO

Apreciando a matéria no que se refere à iniciativa legislativa para dispor sobre o tema em análise, à luz do enfoque consumerista adotado, não há como afastar a competência concorrente entre a União, os Estados e o Distrito Federal, limitando-se a primeira a estabelecer normas gerais (art. 24, V, e §§ 1º a 3º da CF/88).

No entanto, vale referir que a proposta direciona-se à área da publicidade, na medida em que o Deputado interessado pretende dispor sobre o dever de os responsáveis pela realização de eventos presenciais ou a distância informarem, nas peças publicitárias e nos programas do evento, as relações que possam configurar conflitos ou comunhão de interesses entre palestrantes/patrocinadores/apoiadores.

Nos termos da Lei Consumerista, tem-se como publicidade toda atividade intermediária entre o processo de venda e compra de bens para obtenção de um maior número de vendas, por meio de um chamamento veiculado, por qualquer canal de comunicação com conteúdo comercial, com o propósito de promover ideias sobre necessidades de consumo e incentivar a aquisição de um produto ou a utilização de um serviço (art. 3º, §§ 1º e 2º, do CDC). Nesse contexto, portanto, são considerados consumidores todos aqueles expostos às práticas comerciais (publicidade, inclusive) e contratuais (art. 29 do CDC).



Nessa toada, não se pode olvidar da responsabilidade dos sujeitos envolvidos, inclusive do veículo implicado, da força vinculativa da proposta, das consequências na recusa pelo ofertante, dos conceitos de publicidade abusiva e enganosa, bem como dos princípios que permeiam o sistema jurídico consumerista.

Embora não tenha sido objeto de definição no Código de Defesa do Consumidor, nele foi destinado um capítulo (Capítulo V) para discorrer acerca das práticas comerciais e regulamentá-las, em que são tratados os temas da publicidade e propaganda – formas essenciais de informação na sociedade de consumo.

Conforme disposto no § 1º do artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor, é considerada publicidade enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário que seja inteira ou parcialmente, falsa, ou, por qualquer outro modo, capaz de induzir em erro o consumidor quanto à natureza, característica, qualidade, quantidade, propriedade, origem, preço ou quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

De igual forma, a publicidade é tida como abusiva quando gera discriminação, provoca violência, explora o medo e a superstição do consumidor, aproveita-se da inocência da criança, desrespeita valores ambientais e induz a comportamentos prejudiciais à saúde e à segurança (CDC, art. 37, § 2º).

Logo, é possível afirmar que o conceito de publicidade, no CDC, foi legislado de forma negativa, haja vista as definições legais de publicidade enganosa/abusiva trazidas em seu artigo 37 e parágrafos, fazendo entender **que os anúncios/propagandas/publicidades que não se coadunem com esses dispositivos possam ser vistos como legais, por inexistência de proibição específica.**

Já o artigo 30 do CDC veio enfatizar que toda informação ou publicidade obriga o fornecedor que a veicular, não sendo admitido que uma informação publicitária ou uma oferta veiculada pelo sistema de envio de mensagens



pela Internet, por exemplo, deixe de ser submetida ao crivo da Legislação Consumerista.

Da mesma forma, as informações divulgadas pelas mensagens de massa não solicitadas devem seguir o disposto no artigo 31 do CDC e trazer informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre as características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia e prazos de validade dos produtos/serviços, sob pena de serem consideradas publicidade abusiva/enganosa.

Ademais, não se pode deixar de mencionar a importância do Conselho de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), uma organização da sociedade civil fundada por entidades do mercado publicitário brasileiro para regular a publicidade no país, mantida com recursos advindos de entidades e empresas do próprio mercado.

Embora seja inegável o papel do CONAR na regulamentação da publicidade brasileira, deve-se anotar que, por não se tratar de órgão estatal, não exerce poder de polícia, não multa, não determina ordem de prisão e, tampouco, elabora leis. Sendo assim, suas decisões são apenas recomendações, que, eventualmente, se não forem acatadas por livre escolha pela parte recomendada, podem ser discutidas por essas partes no âmbito do Poder Judiciário e, até, por órgãos da administração pública, tais como os PROCONs.

Nesse contexto, pode-se concluir que o CDC não disciplina exaustivamente a matéria, possibilitando aos Estados e ao Distrito Federal suplementá-la, agregando-lhe detalhes, se necessário, para atender às peculiaridades locais.

Dessa maneira, percebe-se que a norma ora pretendida não exorbita os limites da competência suplementar dos Estados e, por conseguinte, não invade a competência legislativa reservada à União, tampouco está arrolada entre aquelas cuja iniciativa é privativa do Governador do Estado, sobretudo à luz do art. 50, § 2º, c/c art. 71, da Constituição do Estado de Santa Catarina.



Quanto aos demais aspectos regimentais sob a tutela deste Colegiado, entendo que a pretensão legislativa em exame está apta à regular tramitação.

Ante o exposto, voto pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei nº 0122.0/2018, no âmbito desta Comissão de Constituição e Justiça.

Sala da Comissão,

Deputado Marcos Vieira
Relator



Folha de Votação

A Comissão de Constituição e Justiça, nos termos dos artigos 144, 147 e 148 do Regimento Interno,

- aprovou** **unanimidade** **com emenda(s)** **aditiva(s)** **substitutiva global**
- rejeitou** **maioria** **sem emenda(s)** **supressiva(s)** **modificativa(s)**

o RELATÓRIO do(a) Senhor(a) Deputado(a) Mauro de Nadal, referente ao processo PL./0122.0/2018, constante da(s) folha(s) número(s) 00910.

OBS: pareceu pela aprovação

ABSTENÇÃO	VOTO FAVORÁVEL	VOTO CONTRÁRIO
Dep. Jean Kuhlmann	Dep. Jean Kuhlmann	Dep. Jean Kuhlmann
Dep. Darci de Matos	Dep. Darci de Matos	Dep. Darci de Matos
Dep. Dirceu Dresch	Dep. Dirceu Dresch	Dep. Dirceu Dresch
Dep. João Amin	Dep. João Amin	Dep. João Amin
Dep. Marcos Vieira	Dep. Marcos Vieira	Dep. Marcos Vieira
Dep. Mauro de Nadal	Dep. Mauro de Nadal	Dep. Mauro de Nadal
Dep. Ricardo Guidi	Dep. Ricardo Guidi	Dep. Ricardo Guidi
Dep. Rodrigo Minotto	Dep. Rodrigo Minotto	Dep. Rodrigo Minotto
Dep. Valdir Cobalchini	Dep. Valdir Cobalchini	Dep. Valdir Cobalchini

Despacho: dê-se o prosseguimento regimental.

Sala da Comissão, 20 de novembro de 2018.

Dep. Jean Kuhlmann



PARECER AO PROJETO DE LEI Nº 0122.0/2018

“Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presencias ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina.”

Autor: Deputado Dr. Vicente Caropreso

Relator: Deputado Milton Hobus

I – RELATÓRIO

Trata-se de Projeto de Lei, de autoria do Deputado Dr. Vicente Caropreso, que visa dispor sobre o dever de informação, atribuído às pessoas físicas e jurídicas responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina (art. 1º).

Da Justificativa ao Projeto de Lei em referência (fls. 03/04), extrai-se, textualmente, o que segue:

[...]

A Constituição Federal prevê o direito de informação como prerrogativa do consumidor e como obrigação do fornecedor, enquanto o CDC trata como princípios fundamentais a “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços” e a “proteção contra a publicidade enganosa e abusiva” (art. 6º, incisos III e IV), os quais, juntamente com o princípio da transparência (art. 4º), conferem maior proteção ao consumidor.

Nesse contexto, a iniciativa de informar, nas peças publicitárias e nos programas de eventos presencias ou à distância, elementos que possam caracterizar conflito de interesse entre qualquer tipo de patrocínio o financiamento para a realização do evento, tais como recursos financeiros, pagamento de palestrantes, alimentação, transporte, hospedagem, brindes ou qualquer auxílio que possa ser mensurado por valor econômico, se coaduna como o direito de informação e com a proteção ao consumidor, mas não inviabiliza a realização ou a transmissão da mensagem pretendida, apenas reforçam sua



credibilidade, pois não esconde de seus destinatários as nuances envolvidas.

[...]

A matéria foi lida no Expediente da Sessão Plenária do dia 10 de maio de 2018 e, na sequência, encaminhada à Comissão de Constituição e Justiça, para análise dos aspectos regimentais a ela atinentes, em que restou aprovada, por unanimidade, na reunião do dia 20 de novembro de 2018. (fls. 06/11).

A proposta foi encaminhada a esta Comissão de Finanças e Tributação, todavia, antes do pronunciamento deste órgão fracionário, a presente proposta legislativa foi arquivada por final de legislatura em 15 de janeiro de 2019, conforme previsto no art. 183, *caput*, do Regimento.

A posteriori, e tendo em vista o requerimento formulado pelo Autor (fl. 15), conforme lhe faculta o art. 183, parágrafo único, do Rialesc, o presente Projeto de Lei foi desarquivado em 11 de fevereiro do corrente (fl. 16) e novamente encaminhado a esta Comissão de Finanças e Tributação, em que, na forma regimental, fui designado para a sua relatoria.

É o relatório.

II – VOTO

No âmbito desta Comissão de Finanças e Tributação, a análise orienta-se pelo preceituado nos arts. 144, II, c/c 73, II, do Regimento Interno, ou seja, quanto aos os aspectos financeiros e orçamentários.

Inicialmente, observo que a propositura em tela visa tão somente garantir que os responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, informem, nas peças de publicidade e no programa do evento, sobre as relações de qualquer natureza que configurem potenciais conflitos de interesse, tais como algum tipo de patrocínio ou financiamento.

Assim sendo, observo que a matéria, caso vigore, não promoverá despesas nem gerará receitas, sem qualquer ônus, portanto, para o ente estatal.



Diante disso, não havendo óbice de ordem orçamentária e financeira que impeça a tramitação da matéria, manifesto-me, no âmbito desta Comissão, pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei nº 0122.0/2018.

Sala da Comissão,

Deputado Milton Hobs
Relator



VOTO DE VISTA AO PROJETO DE LEI N. 0122.0/2018

“Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina.”

Autor: Deputado Dr. Vicente Caropreso

Relator: Deputado Milton Hobus

Voto de Vistas: Deputado Bruno Souza

I – RELATÓRIO

Cuida-se de Projeto de Lei de autoria do Deputado Vicente Caropreso que visa dispor sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina.

A proposta legislativa em referencia vem estruturada em três artigos propondo as pessoas físicas ou jurídicas responsáveis pela realização de eventos presenciais ou à distância devem informar, em suas peças publicitárias e programas, as relações de qualquer natureza que configurem conflitos de interesse.

Adiante, no parágrafo primeiro explícita que potenciais conflitos de interesse serão as de qualquer tipo de patrocínio ou financiamento para realização do evento, tais como recursos financeiros, pagamentos de palestrantes, alimentação, transporte, hospedagem, brindes ou outro auxílio que possa ser mensurado por valor econômico.

É o relatório necessário para o momento.

II – VOTO

Preliminarmente, observa-se que o Projeto de Lei em análise possui como justificativa dar mais transparência aos eventos realizados em nosso estado e realizar o ideal previsto no Código de Defesa do Consumidor no que toca ao direito de informação.

Na prática, todavia, notam-se consequências passíveis de tornar a proposição normativa mais danosa à economia catarinense e não passível de admissibilidade nos termos do Art. 73, do Regimento Interno, conforme explanado abaixo e dentro da competência desta Comissão de Finanças e Tributação. Senão vejamos.



a) Aspectos relativos à competência desta Comissão - Impacto na diminuição de receita pública e Impacto nas ações de fiscalização

Nos termos do Regimento Interno desta Casa Legislativa, entende-se que os itens relevantes para discussão do presente projeto nesta comissão constam do Art. 73, II e VI. Veja-se:

Art. 73. São os seguintes os campos temáticos ou áreas de atividade da Comissão de Finanças e Tributação, cabendo-lhe, sobre eles, exercer a sua função legislativa e fiscalizadora:

[...]

II – aspectos financeiros e orçamentários de quaisquer proposições que importem aumento ou diminuição da receita ou da despesa pública, quanto à sua compatibilidade ou adequação com o Plano Plurianual, a Lei de Diretrizes Orçamentárias e o Orçamento Anual;

[...]

VI – tributação, arrecadação, fiscalização, contribuições sociais e administração fiscal;

O Estado de Santa Catarina possui notório reconhecimento nacional como pólo turístico e de forte empreendedorismo. Ocorre que, uma determinação legal para cláusulas contratuais de sigilo empresarial seja “flexibilizadas” reduziria em curto prazo o número de interessados em promover eventos, a serem realizados no Estado, conseqüentemente haveria um impacto direto na arrecadação.

De tal modo, torna-se a proposição relevante para a análise da Comissão de Finanças neste tocante, de maneira a validar a presente análise tanto em seu aspecto formal como de mérito.

Ademais, nos termos do inciso VI, do mesmo dispositivo, a esta Comissão tornam-se relevantes quaisquer disposições que possuam impacto na fiscalização estadual, demandando infraestrutura para sua implantação, bem como gerando novas competências e poderes discricionários aos fiscais a presente matéria demonstra ser relevante para análise criteriosa desta Comissão.

Neste contexto, verifica-se, de imediato que o presente projeto apesar de suas boas intenções possui irremediável deficiência para sua implantação prática, assim passo a discorrer sobre o mérito da questão.



b) Sigilo contratual

Muitos dos contratos de realização e patrocínio de eventos possuem cláusulas de confidencialidade e sigilo nas informações relativas ao evento, desta forma as informações que constam nestes contratos não podem ser divulgadas com base no princípio *pacta sunt servanda*.

Como já dito, uma legislação que obrigue divulgação de dados contratuais sigilosos possui potencial para afastar incontáveis eventos do Estado.

Tal preocupação não constitui projeção ou ideia formada por este Deputado, mas sim uma demanda do setor produtivo, conforme se vislumbra do ofício anexo ao presente parecer advindo do *Convention Visitors Bureau*. Trata-se, portanto, de impacto imediato, a ocorrer tão logo se torne a presente proposição eficaz no ordenamento jurídico.

c) Óbice de ordem prática à aplicação da proposição

De outro norte, os apoios e patrocínios dos eventos são viabilizados durante todo período de organização do evento, inclusive a poucos dias da sua realização, muitas vezes inviabilizando a divulgação das marcas nas peças publicitárias que antecederam a realização do evento.

Nesse sentido, a disposição do Art. 1º, *caput*, teria sua aplicação dificultada e por vezes impossibilitada – dado que impele o responsável a prestar informação nas peças publicitárias relacionadas ao evento.

Uma vez descumprido o comando normativo, haveria margem para a aplicação das sanções previstas na legislação, as quais revelam-se demasiado gravosas, podendo inclusive ensejar cancelamento do evento.

d) Sanções instituídas pela Proposição

As sanções ao descumprimento da norma em comento correspondem às constantes do Capítulo VII, do Código de Defesa do Consumidor – as quais são de ordem administrativa e podem ser aplicadas pelos fiscais sem uma análise mais aprofundada, bem como sem o crivo do Poder Judiciário.

A título de exemplo, citam-se algumas hipóteses retiradas do Art. 56, do CDC:

- Multa;
- Suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- Suspensão temporária de atividade;
- Revogação de concessão ou permissão de uso
- Imposição de contrapropaganda



Note-se que tais sanções aumentam a parcela de poder discricionário do fiscal, de maneira a gerar riscos para aquele que promove eventos – constituindo, em última análise como fator apto a repelir eventos.

Ainda que não seja objeto do presente parecer que se limita a análise de mérito da questão, uma vez que o mesmo recebeu parecer favorável na comissão de admissibilidade, vale citar que ao alargar a competência fiscal há uma notória interferência de Poderes, o que não pode ser admitida por esta Casa.

No mesmo sentido, advirto que o Código de Defesa do Consumidor elenca, em seu art. 6º, os “direitos básicos do consumidor”, destacando, no inciso IV do referido dispositivo, “a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais (...)”, o que já sublinha a importância de que a atividade se desenvolva de modo idôneo.

Em uma leitura mais detida do referido Diploma Legal, observo que o art. 37, § 1º, classifica como publicidade enganosa, dentre outros elementos, aquela que encubra quaisquer dados relevantes a respeito do serviço a ser prestado, nestes termos:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

[...]

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Dando continuidade ao raciocínio, nota-se que o Código de Defesa do Consumidor já estabelece a obrigação de que a publicidade de quaisquer serviços ou produtos seja realizada de maneira fidedigna ao consumidor, e, ainda, faz constar de seu texto previsão mais avançada nesse sentido, ao tipificar penalmente, em seu art. 67, a promoção de publicidade “que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva”, com pena de “detenção de três meses a um ano e multa”.

Muito embora ciente de que tais argumentos acabam por ser apresentados de maneira extemporânea frente à fase processual em que a matéria tramita, enfatizo que o interesse social é o alicerce fundamental de toda atividade pública, característica que não detecto na matéria em foco. Sustento tal alegação porque, ao aprová-la, estar-se-ia aplicando pena mais branda àquele que promovesse publicidade enganosa, uma vez que o Código de Defesa do Consumidor estipula pena privativa de liberdade e multa em seu art. 67, e a redação que se almeja aqui aprovar prevê outros tipos de sanções, basicamente de multa e restritivas de direitos, fazendo remissão à mesma Lei federal, mais precisamente em seus arts. 56 a 60.



e) Existência de figuras não contempladas pelo Projeto

Além dos patrocinadores típicos sobre os quais a norma se pronuncia, existe a inda uma gama não abarcada de atores, cuja participação pode ser grandemente afetada por Lei nesse sentido, fator que fulminará por completo a presente pretensão.

Vale lembrar que os eventos também são viabilizados financeiramente através da comercialização de estandes, que são os expositores do evento, os quais também se caracterizam como apoiadores do evento e muitas vezes não tem suas marcas divulgadas nos materiais publicitários, pois são apenas expositores. Ainda, existem empresas que participam prestando serviços de infraestrutura do evento com o intuito de auxiliar, bem como realizando doações.

O conceito trazido pelo Autor no Art. 1º, §1º, caracterizando qualquer “*auxílio que possa ser mensurado por valor econômico*” como relação que configura conflito de interesse, resulta demasiado amplo e com condições para expor a perigo não o direito de informação do consumidor, mas a viabilidade da realização de determinados tipos de eventos em Santa Catarina.

Por fim e não menos importante, o setor de eventos possui diversas tipologias e formatos, podendo ser um evento aberto ou fechado.

Dentro destes formatos, possuem diversos tipos de eventos, podendo ser uma feira, um congresso, um casamento, um evento religioso, esportivo, corporativo, um show, uma peça de teatro, dentre outros. Cada qual possui uma forma de realização e estratégia para ser viabilizado financeiramente.

Ante o exposto, em face de incompatibilidade pratica do presente projeto ao analisar o mérito do mesmo voto pela **REJEIÇÃO** nos termos já exarados.

Sala das Sessões,

Deputado Bruno Souza

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SANTA CATARINA COMISSÃO DE FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO

REFERÊNCIA: PL nº 122.0/2018.

PROCEDÊNCIA: Dr. Vicente Caropreso.

EMENTA: Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina.

RELATOR: Deputado Milton Hobus.

VOTO VISTA: Deputada Luciane Carminatti.

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei em análise visa estabelecer obrigação aos organizadores de eventos em informar potenciais conflitos de interesse entre o conteúdo dos eventos com os patrocinadores e apoiadores.

A teor do inciso V do artigo. 73 do Regimento Interno desta Casa Legislativa, cabe a esta Comissão manifestar-se acerca de contratos da administração pública direta e indireta.

*Art. 73. São os seguintes os campos temáticos ou áreas de atividade da Comissão de Finanças e Tributação, cabendo-lhe, sobre eles, exercer a sua função legislativa e fiscalizadora:
(...)*

V – licitações e contratos da Administração Pública Direta e Indireta, incluídas as fundações instituídas e mantidas pelo Estado;

O Estado promove e também participa como apoiador em diversos eventos como congressos, seminários, feiras, etc.

A informação clara à população sobre os objetivos de eventos dos quais o Estado apoia ou participa, ou daqueles que autoriza por meio de

seus diversos agentes, sem dúvida que trazem à esfera desta Comissão a apreciação do presente projeto de lei.

A matéria foi analisada e aprovada pela Comissão de Constituição e Justiça, onde o parecer favorável do Deputado Marcos Vieira foi aprovado, por unanimidade, em 20 de novembro de 2018.

Posteriormente, já no âmbito da Comissão de Finanças e Tributação, o Deputado Milton Hobus apresentou parecer favorável. O Deputado Bruno Souza pediu vista e apresentou parecer pela rejeição. Então, esta Parlamentar pediu vista e apresenta novo parecer.

II – VOTO

O PL em análise legisla em matéria típica das relações de consumo, de onde depreende-se que visa à proteção ao consumidor.

Entende-se da leitura do PL que, por exemplo, num congresso de alimentação, se o palestrante tiver recebido apoio ou qualquer vínculo anterior ou atual com eventual patrocinador, essa informação deve ser fornecida ao público. Note-se que tão somente exige que seja comunicada relação anterior ou atual de conflito de interesse.

Da mesma forma se aplicaria o exemplo à feiras voltadas à agricultura, área médica e outras, pois informações técnicas repassadas muitas vezes têm por fonte pesquisas de empresas privadas. Isto em si não é demérito, porém, o público deve e tem direito a saber que há uma relação direta entre o conteúdo divulgado e o interesse comercial da referida empresa.

Não há prejuízo nenhum em dar transparência a essas informações. Não diminui a importância do que se vai falar, mas pelo contrário, fornece grau de credibilidade maior, ao deixar ao público a decisão em absorver ou não a informação, sem travas.

A consolidação da legislação consumerista veio à luz no início da década de 1990 no intuito de modernizar as práticas até então vigentes no Brasil.

Ao contrário de prejudicar os fornecedores, outrossim, fortaleceu-os ao garantir ao consumidor mecanismos de proteção prévia e amparo no pós consumo.

No presente Projeto de Lei é possível reconhecer um aprimoramento destas relações, ao positivar uma prática de transparência muito desejável: a de deixar claro ao público ao qual se dirige, se o conteúdo e produtos dos eventos mantém entre si relação de interesse mútuo.

Em tempos atuais onde “-celebridades” e “influencers” à toda hora realizam testemunhos de produtos, inclusive organizando eventos de grandes proporções, é preciso que a legislação se mantenha dinâmica e acompanhe os movimentos de mercado.

Não se trata de romper sigilo contratual, até porque esse tipo de envolvimento de interesses não pode ser mantido longe dos olhos do público. Ao contrário, deve ser claro e transparente

Por fim, a Lei não trata de anúncios publicitários ou propaganda abusiva em si, mas do dever de informar ao consumidor possíveis interesses que são matérias distintas.

Com relação à impossibilidade de informar nas peças publicitárias a informação de apoios tardios, há de se constatar que o cerne do projeto é informar ao público alvo conflitos existentes.

Logo, será tempestiva essa informação até o momento anterior à realização do evento em si.

No caso de um congresso, essa informação deverá se dar antes de seu início, antes das palestras, por meio de informes à plateia ao vivo e nas plataformas digitais. Os meios hoje disponíveis permitem que essa informação seja levada ao público de forma imediata, não sendo a informação de um apoio de última hora capaz de impedir sua divulgação.

Ao se atentar para a *justificativa* emanada pelo Deputado Dr. Vicente Caropreso encontramos:

“a iniciativa de informar (...) não inviabiliza a realização ou a transmissão da mensagem pretendida, apenas reforça sua credibilidade, pois não esconde de seus destinatários as nuances envolvidas”.

Em sua obra *Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem*, o filósofo canadense Marshall McLuhan definiu sua célebre frase: “O meio é a mensagem”.

Sabedores da legitimidade que se fornece a quem é porta voz de conhecimento, e por entendermos que é legítima a pretensão de informação clara e transparente ao público sobre a relação conteúdo x emissor x apoiadores.

Ante o exposto, apresento voto vista pela aprovação do PL nº 122/2018.

Sala das Comissões, de junho de 2019.

Deputada Luciane Carminatti



Folha de Votação

A Comissão de Finanças e Tributação, nos termos dos artigos 144, 147 e 148 do Regimento Interno,

- aprovou unanimidade com emenda(s) aditiva(s) substitutiva global
rejeitou maioria sem emenda(s) supressiva(s) modificativa(s)

o RELATÓRIO do(a) Senhor(a) Deputado(a) Milton Hobus referente ao processo PL./0122.0/2018, constante da(s) folha(s) número(s)

OBS:

Table with 3 columns: ABSTENÇÃO, VOTO FAVORÁVEL, VOTO CONTRÁRIO. Rows list deputies: Dep. Marcos Vieira, Dep. Bruno Souza, Dep. Fernando Krelling, Dep. Jerry Comper, Dep. José Milton Scheffer, Dep. Luciane Maria Carminatti, Dep. Marcius Machado, Dep. Milton Hobus, Dep. Sargento Lima.

Despacho: dê-se o prosseguimento regimental.

Sala da Comissão, 27 de novembro de 2019

Dep. Marcos Vieira



PARECER AO PROJETO DE LEI nº 0122.0/2018

“Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina”.

Autor: Deputado Dr. Vicente Caropreso

Relator: Deputado Moacir Sopelsa

I – RELATÓRIO

Com amparo regimental, fui em 02/12/2019, no âmbito da Comissão de Direitos Humanos designado às fls.37, para relatar o Projeto de Lei em tela que “Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina”.

Na Comissão de Constituição e Justiça, a matéria restou aprovada conforme voto do Deputado Relator, às fls. 06/10, que restou acompanhado pela unanimidade dos seus pares às fls.11.

Que seguindo tramitação, a proposição foi à Comissão de Finanças e Tributação, porém, com o fim da Legislatura, a matéria foi arquivada às fls.14 conforme previsão do Regimento Interno.

Com o retorno dos trabalhos legislativos, a matéria foi desarquivada a pedido do Autor, às fls.16. Em 08/03/2019, já sob a 19ª Legislatura, seguindo curso regimental, o novo Relator no âmbito da Comissão de Finanças e Tributação emitiu voto às fls.18/20, pela aprovação da matéria. Que os Deputados pediram



vista. O Deputado Bruno Souza às fls.22/26, apresentou manifestação pela rejeição da matéria, já a Deputada Luciane Carminatti emitiu parecer em sede de voto vista, pela aprovação do Projeto de Lei conforme voto às fls.31/33. Ao fim, o parecer do Deputado Relator foi aprovado por unanimidade, consoante folha de votação (fls.35) Em apertada síntese, este é relatório.

II – VOTO

Cabe a esta Comissão de Direitos Humanos, o exame da matéria quanto aos aspectos temáticos ou áreas de atividade afins, de acordo com o que dispõe o art.76 do Regimento Interno desta Casa.

Nesse viés, importante ressaltar que, antes de emitir o voto, e analisando as competências para atuação da Comissão de Direitos Humanos, divergi relativamente em relação à pertinência da distribuição do feito e as prerrogativas de análise e avaliação para a Comissão temática, quanto ao fim colimado na proposição em comento, ainda mais, se notarmos que há na Casa Legislativa, a Comissão de Turismo e Meio Ambiente, que possui como campo de atividade, por atribuição regimental, **a análise das matérias atinentes ao turismo em geral, ou seja, comissão mais compatível com o conteúdo da demanda**, a teor da disposição prevista no inciso XV do art. 83 do Regimento Interno.

Sem prejuízo da consideração preliminar acima, importante ressaltar que as questões sob o ponto de vista da constitucionalidade, da legalidade e competência para deflagrar a iniciativa legislativa, no âmbito da Comissão de Constituição e Justiça, já restaram superadas. Na mesma linha, quanto à Comissão de Finanças e Tributação, as questões sob a ordem orçamentária e financeira, de igual sorte, não criam óbice ou impedem a regular tramitação do Projeto de Lei em tela.



A proposição tem como objetivo, sob o manto da transparência dos atos dos eventos realizados no nosso estado e da legislação nacional protetiva ao consumidor (Lei nº 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor), garantir que os responsáveis (pessoa física ou pessoa jurídica) pela realização de eventos, presenciais ou à distância, informem nas peças publicitárias e em programas, sobre as relações de qualquer natureza que configurem potenciais conflitos de interesse, tais como, algum tipo de patrocínio ou financiamento.

Considerando que a proposta repercute diretamente sob o *trade* turístico de Santa Catarina que possui sabidamente notório reconhecimento nacional pelo forte empreendedorismo, na medida em que pretende regular os procedimentos de realização de veiculação das informações quanto aos patrocínios, muitos destes, hoje sob a guarda de certa confidencialidade e sigilo nos contratos, no tocante à sua divulgação e publicidade, inibindo de certa forma este setor produtivo para a viabilização de eventos durante todo o ano em território catarinense, temos como pertinente e indispensável, chamar o segmento interessado para se manifestar, provocando os seus legítimos representantes para vir aos autos com objetivo de oportunizar manifestação para conhecermos os seus posicionamentos declinando às suas razões. Nessa linha, julgo imperativo **solicitar diligências ao Fórum do Turismo de Santa Catarina e a Federação de Convention & Visitors Bureau do Estado de Santa Catarina** para oportunizar manifestação sobre a matéria em tela.

Ante o exposto, da análise cabível no âmbito desta Comissão de Direitos Humanos, voto pelo **DILIGENCIAMENTO** do Projeto de Lei nº 0122.0/2018, para oportunizar apreciação da proposição, sem prejuízo de oportunizar manifestação da Comissão de Turismo e Meio Ambiente.

Sala das Comissões,

Deputado Moacir Sopelsa
Relator



Coordenadoria de Expediente
Of nº 005/2020

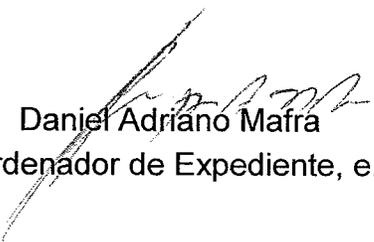
Florianópolis, 4 de fevereiro de 2020

Excelentíssimo Senhor
DEPUTADO DR. VICENTE CAROPRESO
Nesta Casa

Senhor Deputado,

Conforme parecer em anexo, comunico que o Projeto de Lei nº 0122.0/2018, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina", de sua autoria, está em diligência na Comissão de Direitos Humanos e que será encaminhada cópia à Federação de Convention & Visitors Bureau de SC e à Casa Civil, e por meio desta, ao Fórum do Turismo de Santa Catarina, a fim de obter manifestação sobre a matéria legislativa em exame.

Respeitosamente,


Daniel Adriano Mafrá
Coordenador de Expediente, e.e.



Ofício **GPS/DL/ 0008 /2020**

Florianópolis, 4 de fevereiro de 2020

Ilustríssimo Senhor

MARCO AURÉLIO FLORIANI

Presidente da Federação de Convention & Visitors Bureau de SC

São José - SC

Senhor Presidente,

Encaminho a Vossa Senhoria cópia do parecer exarado pela Comissão de Direitos Humanos deste Poder, ao Projeto de Lei nº 0122.0/2018, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina", a fim de obter manifestação sobre a matéria legislativa em exame.

Atenciosamente,

Deputado **LAÉRCIO SCHUSTER**

Primeiro Secretário



Ofício **GPS/DL/ 0007 /2020**

Florianópolis, 4 de fevereiro de 2020

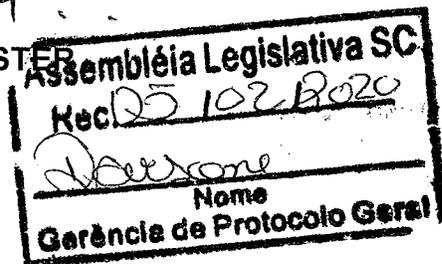
Excelentíssimo Senhor
DOUGLAS BORBA
Chefe da Casa Civil
Nesta

Senhor Chefe,

Encaminho a Vossa Excelência cópia do parecer exarado pela Comissão de Direitos Humanos deste Poder, ao Projeto de Lei nº 0122.0/2018, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina", a fim de obter manifestação sobre a matéria legislativa em exame.

Atenciosamente,

Deputado **LAÉRCIO SCHUSTER**
Primeiro Secretário



Dil. PL-122/18



**ESTADO DE SANTA CATARINA
CASA CIVIL**

Ofício nº 295/CC-DIAL-GEMAT

Florianópolis, 11 de março de 2020.

Senhor Presidente,

De ordem do senhor Governador do Estado e em atenção ao Ofício nº GPS/DL/0007/2020, encaminho a Vossa Excelência o Ofício nº 76/20/GABP/SANTUR, da Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (SANTUR), contendo manifestação a respeito do Projeto de Lei nº 0122.0/2018, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina".

Respeitosamente,

**À DIRETORIA LEGISLATIVA
PARA PROVIDÊNCIAS**

EM 16/3/2020

Jean Henrique Havenstein
Secretário Parlamentar da Presidência
Matrícula 9613

Douglas Borba
Chefe da Casa Civil

Lido no Expediente
20ª Sessão de 28/04/20
Anexar a(o) PL-122/18
Diligência

Excelentíssimo Senhor
DEPUTADO JULIO GARCIA
Presidente da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina
Nesta



**ESTADO DE SANTA CATARINA
AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DO ESTADO DE SANTA
CATARINA
GABINETE DA PRESIDÊNCIA**

Ofício 76/20/GABP/SANTUR

Florianópolis-SC, 09 de março de 2020.

Senhor Diretor,

Cumprimentando-o cordialmente, em relação à consulta sobre o pedido de diligência ao Projeto de Lei nº 0122.0/2018, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina", informo o que segue:

O Conselho Estadual de Turismo manifestou-se contrário. Por sua vez, a Procuradoria Jurídica da SANTUR sugere que a proposta seja encaminhada para prévia análise da Procuradoria-Geral do Estado de Santa Catarina, sob seus aspectos legais e constitucionais, bem como, em razão da complexidade e relevância da matéria tratada.

Certa de sua atenção ao assunto encaminhado, antecipo agradecimentos.

Atenciosamente,

FLAVIA DIDOMENICO

Presidente

Agência de Desenvolvimento do Turismo do Estado de Santa Catarina

Ao Senhor
Alisson de Bom de Souza
Diretor de Assuntos Legislativos
Casa Civil
Florianópolis

PARECER 35/2020/PROJUR/SANTUR

Florianópolis, 02 de março de 2020.

Processo: SCC 878/2020.

Processo referência: SCC 856/2020.

Interessada: Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (ALESC).

Assunto: Diligência de projeto de lei.

EMENTA: Diligência. Projeto de lei que dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina. Aspecto formal. Matéria não reservada à iniciativa do Governador do Estado (art. 71, IV, alínea "a", CE/SC). Dúvidas em relação ao enquadramento da proposta em matéria de "direito civil" (Art. 22, I, CF), "interesse local" (art. 30, I, CF) ou de "consumo" (art. 24, V, CF). Ademais, possível ofensa ao princípio de livre iniciativa, previsto no art. 170, da CF. Matéria complexa, de relevante interesse público. Sugestão de encaminhamento da proposta à PGE e à prévia consulta pública, nos termos do Decreto Estadual n. 2.382, de 2014, diante da complexidade e relevância da matéria tratada.

1. RELATÓRIO

Trata-se de análise de Diligência Externa, promovida pela Comissão de Constituição e Justiça, cujo objeto solicita que esta Autarquia se manifeste acerca do Projeto de Lei n. 0122.0/2018, que: *"Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina"*.

O Conselho Estadual de Turismo (CET), ao analisar a aludida proposta legislativa, emitiu seu parecer a esse respeito (p. 03/06), o qual, adianta-se, embasará a presente análise legal.

É o breve relatório, passa-se para a fundamentação jurídica.

2. FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

As respostas às diligências, oriundas da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, relativas a projetos de lei, devem vir acompanhadas de parecer analítico, fundamentado e conclusivo, elaborado pelo setor jurídico do órgão/entidade solicitado, com o apoio do núcleo técnico, nos termos do art. 19, §1º, II, c/c art. 6º, II, ambos do Decreto Estadual n. 2.382, de 2014.

Nesse contexto, solicitou-se a manifestação do CET, que, ao analisar o conteúdo do Projeto de Lei n. 0122.0/2018, teceu as seguintes ponderações:

Em análise do Conselho Estadual de Turismo de Santa Catarina, observamos que o Projeto de Lei em questão, não justifica a sua aprovação, pois não foi identificado em que pesa a necessidade de informar sobre as relações de qualquer natureza que configurem potenciais relações de interesse, sobre a realização de eventos em todas as peças publicitárias e programas, posto isto, **sabe-se que esta relação é exclusivamente entre o Organizador do Evento e seu Patrocinador, não impactando ao consumidor do evento, esta relação é de cunho privado e algumas vezes sigiloso, tudo depende do formato do contrato de patrocínio, sendo assim, pode-se analisar que, a publicação da informação em uma peça publicitária (site), seja necessária para que haja transparência perante o consumidor, desta maneira cabe ao consumidor buscar as informações sobre as relações de interesse, nos principais meios de publicidade do evento.** Portanto, observa-se que o intuito seja a transparência para o consumidor e a melhor qualidade e desempenho dos produtos publicitários e programas, deste modo, exercida com afincio e zelo, a publicidade não será enganosa ou abusiva, conforme o art. 37, §3 do CDC. E

Artigo 45 - A responsabilidade pela observância das normas de conduta estabelecidas neste Código cabe ao Anunciante e a sua Agência, bem como ao Veículo, ressalvadas no caso deste último as circunstâncias específicas que serão abordadas mais adiante, neste Artigo:

- O Anunciante assumirá responsabilidade total por sua publicidade;

- A Agência deve ter o máximo cuidado na elaboração do anúncio, de modo a habilitar o Cliente Anunciante a cumprir sua responsabilidade, com ele respondendo solidariamente pela obediência aos preceitos deste Código;
- Este Código recomenda aos Veículos que, como medida preventiva, estabeleçam um sistema de controle na recepção de anúncios. Poderá o veículo:

c.1) recusar o anúncio, independentemente de decisão do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR, quando entender que o seu conteúdo fere, flagrantemente, princípios deste Código, devendo, nesta hipótese, comunicar sua decisão ao Conselho Superior do CONAR que, se for o caso, determinará a instauração de processo ético;

c.2) recusar anúncio que fira a sua linha editorial, jornalística ou de programação;

c.3) recusar anúncio sem identificação do patrocinador, salvo o caso de campanha que se enquadre no parágrafo único do Artigo 9º ("teaser");

c.4) recusar anúncio de polêmica ou denúncia sem expressa autorização de fonte conhecida que responda pela autoria da peça;

- O controle na recepção de anúncios, preconizado na letra "c" deste artigo, deverá adotar maiores precauções em relação à peça apresentada sem a intermediação de Agência, que por ignorância ou má-fé do Anunciante, poderá transgredir princípios deste Código;

- A responsabilidade do Veículo será equiparada à do Anunciante sempre que a veiculação do anúncio contrariar os termos de recomendação que lhe tenha sido comunicada oficialmente pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR. A

rtigo 46 - Os diretores e qualquer pessoa empregada numa firma, companhia ou instituição que tomem parte no planejamento, criação, execução e veiculação de um anúncio, respondem, perante as normas deste Código, na medida de seus respectivos poderes decisórios. A atividade econômica do turismo, além de ser uma indústria limpa e que trabalha na preservação ambiental, representa 12% do PIB de nosso estado, a importância do turismo de eventos para a economia de nosso estado. Em um cenário de crise econômica, o mercado de eventos é um dos poucos que vem apresentando resultados positivos. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o segmento

A atividade econômica do turismo, além de ser uma indústria limpa e que trabalha na preservação ambiental, representa 12% do PIB de nosso estado, a importância do turismo de eventos para a economia de nosso estado. Em um cenário de crise econômica, o mercado de eventos é um dos poucos que vem apresentando resultados positivos. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o segmento movimenta cerca de R\$ 50 bilhões por ano em todo o Brasil, com crescimento anual de até 14%, de acordo com a Associação Brasileira de Empresas e Eventos (Abeoc) Neste sentido, com relação ao Projeto de Lei 0122.0/2018 que tramita na Assembleia Legislativa, pode burocratizar o setor de eventos no nosso Estado, desmotivando os organizadores e conseqüentemente seus patrocinadores. Segue observações da Santa Catarina Convention e Visitors Bureau, que é uma entidade sem fins lucrativos, formado por 13 Conventions, presentes em todas as regiões do estado de Santa Catarina, abaixo:

- Os contratos de realização e patrocínio de eventos possuem cláusulas de confidencialidade e sigilo nas informações relativas ao evento, desta forma as informações que constam nestes contratos não podem ser divulgados;
- Os patrocínios e apoios para realização dos eventos na sua grande maioria não são direcionados a uma despesa específica, são globais, para viabilizar financeiramente a realização do evento;
- Os apoiadores e patrocinadores dos eventos possuem suas marcas e nomes divulgados nas peças publicitárias e site dos eventos, não fazendo sentido algum a regulamentação através da PL 0122.0/2018;
- Os apoios e patrocínios dos eventos são viabilizados durante todo período de organização do evento, inclusive a poucos dias da sua realização, muitas vezes inviabilizando a divulgação das marcas nas peças publicitárias que antecederam a realização do evento;
- Os eventos também são viabilizados financeiramente através da comercialização de estandes, que são os expositores do evento, também se caracterizam como apoiadores do evento e muitas vezes não tem suas marcas divulgadas nos materiais publicitários, pois são apenas expositores;
- O setor de eventos possui diversas tipologias e formatos, podendo ser um evento aberto ou fechado. Dentro destes formatos, possuem diversos tipos de eventos, podendo ser uma feira, um congresso, um casamento, um evento religioso, esportivo, corporativo, um show, uma peça de teatro, etc. Cada um possui uma forma de realização e estratégia para ser viabilizado financeiramente. (p. 03/06 – grifou-se)

Por essa razão, o CET concluiu por ser desfavorável ao projeto de lei em análise, pois, ao seu entender, *“é contrário ao desenvolvimento econômico deste importante setor, dificultando e praticamente impedindo a realização de eventos no estado de Santa Catarina.”* (p. 06)

Pois bem. O Projeto de Lei n. 0122.0/2018 visa, em suma, obrigar as pessoas responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, a informarem, em suas peças publicitárias e programas, quaisquer patrocínios ou financiamentos, sob pena de seus infratores sujeitarem-se às penalidades previstas nos arts. 56 a 60, do Código de Defesa do Consumidor. Ainda, concede um prazo da “vacatio legis” de 180 (cento e oitenta) dias.

Em seu aspecto formal, observa-se que o projeto em questão **não cuida de matéria de competência exclusiva do Governador do Estado**, tendo em vista que não versa sobre a *“organização e funcionamento da administração estadual”* (art. 71, IV, alínea “a”, CE/SC). Todavia, **é discutível a competência do Estado de Santa Catarina**

para legislar sobre a comercialização de cerveja artesanal nos eventos realizados com recursos públicos.

Isso porque, a matéria pode se enquadrar no ramo do “direito civil” ou “comercial”, “assunto de interesse local” ou “de consumo”, o que atribuiria, respectivamente, a competência legislativa privativa da União Federal (Art. 22, I, CF), dos Municípios (art. 30, I, CF) e, por fim, concorrente aos Estados, DF e União (art. 24, V, CF), de modo que, **apenas no último caso (norma de “consumo”) é que o Estado poderia editar a norma em questão, respeitando, sempre, as normas gerais editadas pela União.**

Diante da incerteza desta Procuradoria Jurídica, considerar-se-á que a norma em comento se enquadra na matéria de “consumo”, a qual, como visto, nos termos do art. 24, inc. V, da Constituição Federal, **é de competência concorrente ao Estado, o que, salvo melhor juízo, afasta a alegação de vício formal capaz de impedir o trâmite da proposta legislativa.**

Melhor sorte, contudo, não socorre a proposta em relação ao seu aspecto material. É que, impor aos organizadores de eventos a obrigação de divulgarem os seus patrocinadores e financiadores, **é medida que, além de ser de interesse público contestável, ao que tudo indica, é incompatível com o princípio da livre iniciativa, estampado no art. 170 da Constituição Federal de 1988¹.**

Vale comentar que a douda Procuradoria-Geral do Estado de Santa Catarina tem firme entendimento no sentido de que há ofensa ao princípio da livre iniciativa, nos casos em que o Estado intervém no domínio econômico, impondo encargos aos particulares, senão vejamos:

Autógrafo de projeto de lei. Obriga a exibição de campanhas nas salas de cinema. PL de origem parlamentar. Cria encargo para as empresas privadas e impõe sua execução gratuita. Ofensa ao princípio de livre iniciativa – art.170, da CF/88. Violação de preceitos constitucionais. Recomendação de veto. (Parecer n. 94/2018 – SCC 1303/2018)

¹Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

Autógrafo. Projeto de Lei de iniciativa parlamentar. Dispõe sobre a comercialização de produtos em feiras. Assunto de interesse local – Competência do Município para dispor sobre as condições de funcionamento desses eventos – art. 30, inc. I, da CF. Restrição à liberdade de comércio (art. 4º, do PL). Ofensa aos princípios da livre iniciativa – art. 170, inc. IV, da CF. Questões atinentes ao Direito Civil Competência privativa da União para legislar sobre a matéria art. 22, inc. I, da CF. Violação de preceitos constitucionais. Recomendação de veto.

Registra-se que o Estado deve interferir em na economia e nas relações sociais com a devida cautela, impondo apenas os ônus e as restrições que forem necessários para um bem maior.

Nesse sentido, salvo melhor juízo, **não parece razoável exigir a divulgação das informações pleiteadas, seja por questões de ordem técnica** (“Os patrocínios e apoios para realização dos eventos na sua grande maioria não são direcionados a uma despesa específica, são globais, para viabilizar financeiramente a realização do evento”; “Os apoios e patrocínios dos eventos são viabilizados durante todo período de organização do evento, inclusive a poucos dias da sua realização, muitas vezes inviabilizando a divulgação das marcas nas peças publicitárias que antecederam a realização do evento”; “Os eventos também são viabilizados financeiramente através da comercialização de estandes, que são os expositores do evento, também se caracterizam como apoiadores do evento e muitas vezes não tem suas marcas divulgadas nos materiais publicitários, pois são apenas expositores”); **seja de ordem jurídica** (“Os contratos de realização e patrocínio de eventos possuem cláusulas de confidencialidade e sigilo nas informações relativas ao evento, desta forma as informações que constam nestes contratos não podem ser divulgados”).

Aliás, conquanto o Autor do projeto de lei justifique que a medida é necessária para garantir o direito de informação e proteção do consumidor, não há que se falar em prejuízo a esses direitos, uma vez que o direito de informação, de acordo com o art. 6º, III, do CDC, impõe ao prestador de serviços o dever de prestar informação *“adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação*

correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem". Isto é, trata-se de medida que garante ao consumidor o direito de decidir se aquele determinado produto ou serviço atende a sua necessidade, já que, tendo acesso à informação integral sobre o produto ou serviço, poderá realizar um juízo de valor, ponderando os seus benefícios com eventuais riscos, escolhendo, de forma consciente, o que é melhor para si.

Deste modo, considerando que a informação acerca de quem são os eventuais patrocinadores ou financiadores do evento não guardam íntima relação com a qualidade do serviço que será prestado, sendo apenas uma ferramenta comercial disponível para que os organizadores de eventos diminuam seus gastos e dispêndios, **não parece proporcional ou razoável² a exigência, especialmente considerando que ela desincentivará contribuições de patrocinadores que não tem interesse em revelar sua identidade** – principais atingidos pela Lei, já que, na sua grande maioria, os patrocinadores ou financiadores já condicionam o seu aporte financeiro ou de bens e serviços à divulgação de sua marca.

Some-se a isso, não há indícios do seu relevante interesse para o bem comum.

Convém ponderar que, diferente seria o caso, por exemplo, se fosse a divulgação de eventuais patrocinadores ou financiadores de estudos técnicos ou artigos científicos. Isso porque, na hipótese de um artigo científico versar sobre a qualidade de determinado bem ou produto, demonstrar-se-ia razoável exigir que os eventuais patrocinadores do estudo fossem revelados, já que, caso fosse subsidiado pela própria empresa que forneceu ou produziu aquele bem ou serviço, haveria uma possível suspeição. Assim, seria o caso de o consumidor ter acesso a essa informação.

²Sobre a aplicação do princípio da proporcionalidade na análise da constitucionalidade da Lei, cita-se parte da lição de Gilmar Ferreira Mendes: "de maneira inequívoca a possibilidade de se declarar a inconstitucionalidade da lei em caso de sua dispensabilidade (inexigibilidade), inadequação (falta de utilidade para o fim perseguido) ou de ausência de razoabilidade em sentido estrito (desproporção entre o objetivo perseguido e o ônus imposto ao atingido)" (MENDES, Gilmar Ferreira. A proporcionalidade na jurisprudência do STF, publicado em Direitos fundamentais e controle de constitucionalidade, São Paulo, Instituto Brasileiro de Direito Constitucional e Celso Bastos Editor, 1998, p.83).

À vista disso, esta Procuradoria Jurídica entende que é imprescindível que a Procuradoria-Geral do Estado de Santa Catarina seja instada a se manifestar acerca do conteúdo da proposta, bem como, em razão do impacto que poderá causar ao setor privado, sugere-se que se proceda com a prévia consulta pública, prevista no art. 26, do Decreto Estadual n. 2.382, de 2014³.

3. CONCLUSÃO

Por todo o exposto, esta Procuradoria Jurídica, dentro de suas competências e amparada pelo parecer da área técnica, **manifesta-se no sentido de que, além de ser questionável a competência do Estado para legislar sobre a matéria tratada no Projeto de Lei n. 0122.0/2018, é possível que ela seja incompatível com o princípio da livre iniciativa, estampado no art. 170 da Constituição Federal de 1988⁴.**

Assim, sugere-se que a proposta seja encaminhada para prévia análise da Procuradoria-Geral do Estado de Santa Catarina, sob seus aspectos legais e constitucionais, bem como, em razão da complexidade e relevância da matéria tratada, que poderá afetar todo o setor atuando no ramo do turismo, proceda-se com a prévia consulta pública, prevista no art. 26, do Decreto Estadual n. 2.382, de 2014.

É o parecer, que se submete à apreciação superior.

Adriana Lessmann
Procuradora Jurídica
Mat. 0987.187-0-02/OAB/SC 46.639
(Assinatura digital)

³Art. 26. A critério do órgão central do Sistema de Atos do Processo Legislativo, e por intermédio do seu núcleo técnico, poderão ser submetidos a consulta pública anteprojetos de lei e decreto, com o objetivo de conferir transparência e publicidade, assim como incentivar e facilitar a contribuição da sociedade para o aperfeiçoamento de matéria considerada complexa apresentada pelos órgãos e entidades proponentes.

⁴Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

Parecer nº 001/20/CET/SANTUR

Florianópolis, 17 de fevereiro de 2020.

Ref.: Manifestação ao Projeto de Lei nº 0122.0/2018

Senhora Presidente,

Atendendo a solicitação formulada pela Casa Legislativa, no sentido de aportar a manifestação deste Conselho, a respeito do Projeto de Lei em epígrafe, o qual “ Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou a distancia, sobre as relações de qualquer natureza que configurem potenciais conflitos de interesse, da divulgação de suas peças publicitárias e programa no âmbito do Estado de Santa Catarina”

Em análise do Conselho Estadual de Turismo de Santa Catarina, observamos que o Projeto de Lei em questão, **não justifica a sua aprovação**, pois não foi identificado em que pesa a necessidade de informar sobre as relações de qualquer natureza que configurem potenciais relações de interesse, sobre a realização de eventos em todas as peças publicitárias e programas, posto isto, sabe-se que esta relação é exclusivamente entre o Organizador do Evento e seu Patrocinador, não impactando ao consumidor do evento, esta relação é de cunho privado e algumas vezes sigiloso, tudo depende do formato do contrato de patrocínio, sendo assim, pode-se analisar que, a publicação da informação em uma peça publicitária (site), seja necessária para que haja transparência perante o consumidor, desta maneira cabe ao consumidor buscar as informações sobre as relações de interesse, nos principais meios de publicidade do evento.

Portanto, observa-se que o intuito seja a transparência para o consumidor e a melhor qualidade e desempenho dos produtos publicitários e programas, deste modo, exercida com afinco e zelo, a publicidade não será enganosa ou abusiva, conforme o art. 37, §3 do CDC.

E

Artigo 45 - A responsabilidade pela observância das normas de conduta estabelecidas neste Código cabe ao Anunciante e a sua Agência, bem como ao Veículo, ressalvadas no caso deste último as circunstâncias específicas que serão abordadas mais adiante, neste Artigo:

- O Anunciante assumirá responsabilidade total por sua publicidade;



- A Agência deve ter o máximo cuidado na elaboração do anúncio, de modo a habilitar o Cliente Anunciante a cumprir sua responsabilidade, com ele respondendo solidariamente pela obediência aos preceitos deste Código;
- Este Código recomenda aos Veículos que, como medida preventiva, estabeleçam um sistema de controle na recepção de anúncios.
Poderá o veículo:
 - c.1) recusar o anúncio, independentemente de decisão do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR, quando entender que o seu conteúdo fere, flagrantemente, princípios deste Código, devendo, nesta hipótese, comunicar sua decisão ao Conselho Superior do CONAR que, se for o caso, determinará a instauração de processo ético;
 - c.2) recusar anúncio que fira a sua linha editorial, jornalística ou de programação;
 - c.3) recusar anúncio sem identificação do patrocinador, salvo o caso de campanha que se enquadre no parágrafo único do Artigo 9º ("teaser");
 - c.4) recusar anúncio de polêmica ou denúncia sem expressa autorização de fonte conhecida que responda pela autoria da peça;
- O controle na recepção de anúncios, preconizado na letra "c" deste artigo, deverá adotar maiores precauções em relação à peça apresentada sem a intermediação de Agência, que por ignorância ou má-fé do Anunciante, poderá transgredir princípios deste Código;
- A responsabilidade do Veículo será equiparada à do Anunciante sempre que a veiculação do anúncio contrariar os termos de recomendação que lhe tenha sido comunicada oficialmente pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR.

Artigo 46 - Os diretores e qualquer pessoa empregada numa firma, companhia ou instituição que tomem parte no planejamento, criação, execução e veiculação de um anúncio, respondem, perante as normas deste Código, na medida de seus respectivos poderes decisórios.

A atividade econômica do turismo, além de ser uma indústria limpa e que trabalha na preservação ambiental, representa 12% do PIB de nosso estado, a importância do turismo de eventos para a economia de nosso estado. Em um cenário de crise econômica, o mercado de eventos é um dos poucos que vem apresentando resultados positivos. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o segmento



movimenta cerca de R\$ 50 bilhões por ano em todo o Brasil, com crescimento anual de até 14%, de acordo com a Associação Brasileira de Empresas e Eventos (Abeoc)

Neste sentido, com relação ao Projeto de Lei 0122.0/2018 que tramita na Assembleia Legislativa, **pode burocratizar o setor de eventos no nosso Estado**, desmotivando os organizadores e conseqüentemente seus patrocinadores.

Segue observações da Santa Catarina Convention e Visitors Bureau, que é uma entidade sem fins lucrativos, formado por 13 Conventions, presentes em todas as regiões do estado de Santa Catarina, abaixo:

- Os contratos de realização e patrocínio de eventos possuem cláusulas de confidencialidade e sigilo nas informações relativas ao evento, desta forma as informações que constam nestes contratos não podem ser divulgados;
- Os patrocínios e apoios para realização dos eventos na sua grande maioria não são direcionados a uma despesa específica, são globais, para viabilizar financeiramente a realização do evento;
- Os apoiadores e patrocinadores dos eventos possuem suas marcas e nomes divulgados nas peças publicitárias e site dos eventos, não fazendo sentido algum a regulamentação através da PL 0122.0/2018;
- Os apoios e patrocínios dos eventos são viabilizados durante todo período de organização do evento, inclusive a poucos dias da sua realização, muitas vezes inviabilizando a divulgação das marcas nas peças publicitárias que antecederam a realização do evento;
- Os eventos também são viabilizados financeiramente através da comercialização de estandes, que são os expositores do evento, também se caracterizam como apoiadores do evento e muitas vezes não tem suas marcas divulgadas nos materiais publicitários, pois são apenas expositores;
- O setor de eventos possui diversas tipologias e formatos, podendo ser um evento aberto ou fechado. Dentro destes formatos, possuem diversos tipos de eventos, podendo ser uma feira, um congresso, um casamento, um evento religioso, esportivo, corporativo, um show, uma peça de teatro, etc. Cada um possui uma forma de realização e estratégia para ser viabilizado financeiramente.



Diante do exposto, consideramos que o **PL 0122.0/2018 é contrário ao desenvolvimento econômico deste importante setor**, dificultando e praticamente impedindo a realização de eventos no estado de Santa Catarina.

Nosso parecer é desfavorável a aprovação desta PL 0122.0/2018

Desde já agradecemos a atenção, e ficamos a disposição para quaisquer esclarecimentos.

Atenciosamente,

Nilton Silva Pacheco
Presidente do Conselho Estadual de Turismo - SC

A Senhora,
FLÁVIA DIDOMENICO
Presidente
Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina - SANTUR
Florianópolis – SC





PARECER AO PROJETO DE LEI nº 0122.0/2018

“Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina”.

Autor: Deputado Dr. Vicente Caropreso

Relator: Deputado Moacir Sopesa

I – RELATÓRIO

Com amparo regimental, fui em 02/12/2019, no âmbito da Comissão de Direitos Humanos designado às fls.37, para relatar o Projeto de Lei em tela que “Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina”.

Na Comissão de Constituição e Justiça, a matéria restou aprovada conforme voto do Deputado Relator, às fls. 06/10, que restou acompanhado pela unanimidade dos seus pares às fls.11.

Que seguindo tramitação, a proposição foi à Comissão de Finanças e Tributação, porém, com o fim da Legislatura, a matéria foi arquivada às fls.14 conforme previsão do Regimento Interno.

Com o retorno dos trabalhos legislativos, a matéria foi desarquivada a pedido do Autor, às fls.16. Em 08/03/2019, já sob a 19ª Legislatura, seguindo curso regimental, o novo Relator no âmbito da Comissão de Finanças e Tributação emitiu voto às fls.18/20, pela aprovação da matéria. Que Deputados pediram vista



da matéria. O Deputado Bruno Souza às fls.22/26, apresentou manifestação pela rejeição da matéria, já a Deputada Luciane Carminatti emitiu parecer em sede de voto vista, pela aprovação do Projeto de Lei conforme voto às fls.31/33. Ao fim, o parecer original do Deputado Relator, foi aprovado por unanimidade, consoante folha de votação (fls.35).

Cumprindo percurso regimental, a matéria foi encaminhada à Comissão de Direitos Humanos, onde na condição de relator, emiti, em sede de instrução tendo em vista colher maiores informações, voto às fls.38/40 pela necessidade de diligências externas, o qual restou acompanhado pela maioria dos pares, consoante folha de votação (fls.41).

Colhe-se dos autos, às fls. 27/29, **manifestação da Santa Catarina Convention & Visitors Bureau, contrária ao Projeto de Lei em comento**, que indica preocupação se for aprovada a matéria, pois argumenta ser proposição contrária ao desenvolvimento econômico do segmento, dificultando e impedindo sobremaneira a realização de eventos no âmbito do território catarinense.

Na mesma linha, acostado aos autos está o parecer da Agência de Desenvolvimento do Turismo do Estado de Santa Catarina (SANTUR), por meio de sua Procuradoria Jurídica, às fls.48/55, que, além de questionar a competência do ente federativo para legislar sobre a matéria, por ferir o princípio constitucional da livre iniciativa, **sugere análise da Procuradoria Geral do Estado (PGE) tendo em vista a complexidade do tema.**

Por fim, anda neste norte, o Conselho Estadual de Turismo às fls.56/59, por seu presidente, **manifesta-se contrário ao Projeto de Lei nº 0122.0/2018.** Em apertada síntese, este é relatório.



II – VOTO

Cabe a esta Comissão de Direitos Humanos, o exame da matéria quanto aos aspectos temáticos ou áreas de atividade afins, de acordo com o que dispõe o art.76 do Regimento Interno desta Casa.

Nesse viés, importante reiterar que, antes de emitir o voto, e analisando as competências para atuação da Comissão de Direitos Humanos, divergi relativamente em relação à pertinência da distribuição do feito e as prerrogativas de análise e avaliação para a Comissão temática, quanto ao fim colimado na proposição em comento, ainda mais, se notarmos que há na Casa Legislativa, a Comissão de Turismo e Meio Ambiente, que possui como campo de atividade, por atribuição regimental, **a análise das matérias atinentes ao turismo em geral, ou seja, comissão mais compatível com o conteúdo da demanda**, a teor da disposição prevista no inciso XV do art. 83 do Regimento Interno.

Sem prejuízo da consideração preliminar acima, importante ressaltar que as questões sob o ponto de vista da constitucionalidade, da legalidade e competência para deflagrar a iniciativa legislativa, no âmbito da Comissão de Constituição e Justiça, já restaram superadas. Na mesma linha, quanto à Comissão de Finanças e Tributação, as questões sob a ordem orçamentária e financeira, de igual sorte, não criam óbice ou impedem a regular tramitação do Projeto de Lei em tela.

A proposição tem como objetivo, sob o manto da transparência dos atos dos eventos realizados no nosso estado e da legislação nacional protetiva ao consumidor (Lei nº 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor), garantir que os responsáveis (pessoa física ou pessoa jurídica) pela realização de eventos, presenciais ou à distância, informem nas peças publicitárias e em programas, sobre as relações de qualquer natureza que configurem potenciais conflitos de interesse, tais como, algum tipo de patrocínio ou financiamento.



É certo que a proposição repercute diretamente sob o *trade* turístico de Santa Catarina que possui sabidamente notório reconhecimento nacional pelo forte empreendedorismo.

Considerando que as manifestações acima já elencadas, mesmo que de forma superficial, divergem do almejado pelo Projeto de Lei em comento, e considerando que os procedimentos de realização de veiculação das informações quanto aos patrocínios, muitos destes ficam sob a guarida de certa confidencialidade e sigilo nos contratos (cunho privado), no tocante à sua divulgação e publicidade, inibindo de certa forma este setor produtivo para a viabilização de eventos durante todo o ano em território catarinense, e tendo em vista o primado constitucional da livre iniciativa (art.170, *caput* da CF/88), somados ao momento de prejuízo ímpar a toda cadeia, em virtude da pandemia Covid-19, pertinente e indispensável ainda, em âmbito da instrução processual legislativa, solicitar a manifestação da Procuradoria Geral do Estado (PGE), eis que matéria complexa e relevante, e que poderá, reafirmo, impactar todo o setor do ramo do turismo em Santa Catarina.

Ante o exposto, da análise cabível no âmbito desta Comissão de Direitos Humanos, voto por novo **DILIGENCIAMENTO** do Projeto de Lei nº 0122.0/2018 à Procuradoria Geral do Estado (PGE) e após resposta da diligência, sem prejuízo de novo voto nesta Comissão, requeiro remessa desta proposição à Comissão de Turismo e Meio Ambiente, para que analise a matéria, vez que possui como campo de atividade, por atribuição regimental, **a análise das matérias atinentes ao turismo em geral, ou seja, comissão mais compatível com o conteúdo da demanda**, a teor da disposição prevista no inciso XV do art. 83 do Regimento Interno.

Sala das Comissões,

Deputado Moacir Sopelsa
Relator



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA
DO ESTADO DE SANTA CATARINA

COMISSÃO DE
DIREITOS HUMANOS



FOLHA DE VOTAÇÃO VIRTUAL

A COMISSÃO DE DIREITOS HUMANOS, nos termos dos artigos 146, 149 e 150 do Regimento Interno,

aprovou unanimidade com emenda(s) aditiva(s) substitutiva global
 rejeitou maioria sem emenda(s) supressiva(s) modificativa(s)

RELATÓRIO do Senhor(a) Deputado(a) moacir Sepelra, referente ao
Processo PL.10122.0/2018, constante da(s) folha(s) número(s) 60-63.

OBS.: Requerimento de diligência

Parlamentar	Abstenção	Favorável	Contrário
Dep. Ada de Luca	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dep. Dr. Vicente Caropreso	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dep. Fabiano da Luz	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dep. Jean Kuhlmann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dep. Jessé Lopes	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dep. Moacir Sopelsa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dep. Nazareno Martins	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Despacho: dê-se o prosseguimento regimental.

Reunião virtual ocorrida em 04/05/2021

Evandro Carlos dos Santos
Coordenador das Comissões
Matrícula 3748



Coordenadoria de Expediente
Ofício nº 0213/2021

Florianópolis, 5 de maio de 2021

Excelentíssimo Senhor
DEPUTADO DR. VICENTE CAROPRESO
Nesta Casa

Senhor Deputado,

Encaminho a Vossa Excelência cópia do parecer exarado pela Comissão de Finanças e Tributação deste Poder, ao Projeto de Lei nº 0122.0/2018, que “Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina”, para seu conhecimento.

Respeitosamente,


Marlise Furtado Arruda Ramos Burger
Coordenadora de Expediente

Recebido
06.05.21
Tatiana



Ofício **GPS/DL/ 0359 /2021**

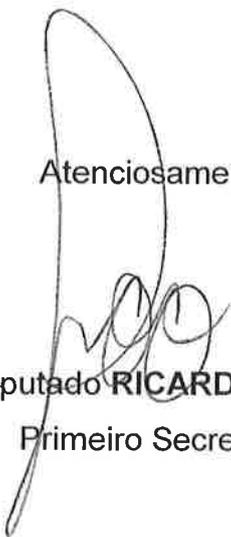
Florianópolis, 5 de maio de 2021

Excelentíssimo Senhor
GERSON LUIZ SCHWERDT
Chefe da Casa Civil
Nesta

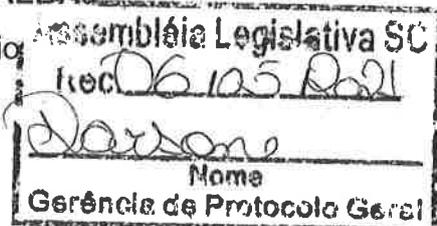
Senhor Chefe,

Encaminho a Vossa Excelência cópia do parecer exarado pela Comissão de Direitos Humanos deste Poder, ao Projeto de Lei nº 0122.0/2018, que “Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina”, a fim de obter manifestação sobre a matéria legislativa em exame.

Atenciosamente,


Deputado **RICARDO ALBA**

Primeiro Secretário





**ESTADO DE SANTA CATARINA
CASA CIVIL**

Ofício nº 924/CC-DIAL-GEMAT

Florianópolis, 14 de junho de 2021.

Senhor Presidente,

De ordem do Chefe da Casa Civil e em atenção ao Ofício nº GPS/DL/0359/2021, encaminho o Parecer nº 221/21, da Procuradoria-Geral do Estado (PGE), contendo manifestação a respeito do Projeto de Lei nº 0122.0/2018, que “Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina”.

Respeitosamente,

Daniel Cardoso
Diretor de Assuntos Legislativos*

Lido no Expediente
OSI Sessão de 15/06/21
Anexar a(o) PL-122/18
Diligência
Secretário

Excelentíssimo Senhor
DEPUTADO MAURO DE NADAL
Presidente da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina
Nesta

*Portaria nº 040/2020 - DOE 21.416
Delegação de competência

OF 924_PL_0122_0_18_PGE_enc
SCC 8715/2021

Centro Administrativo do Governo do Estado de Santa Catarina
Rod. SC 401, nº 4.600, km 15 - Saco Grande - CEP 88032-000 - Florianópolis - SC
Telefone: (48) 3665-2054 | e-mail: gemat@casacivil.sc.gov.br



**ESTADO DE SANTA CATARINA
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
CONSULTORIA JURÍDICA**



PARECER Nº 221/21-PGE

Florianópolis, data da assinatura digital.

Processo: SCC 8715/2021

Assunto: Diligência. Projeto de Lei nº 0122.0/2018

Origem: Casa Civil (CC)

Interessado: Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (Alesc)

Ementa: Pedido de diligência. Projeto de Lei nº 0122.0/2018, de origem parlamentar, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina". Competência legislativa concorrente para legislar sobre consumo e responsabilidade por dano ao consumidor (CRFB, art. 24, V e VIII; CESC, art. 10, V e VIII). Não existência de iniciativa privativa do Chefe do Poder Executivo. Dever do Estado de promover a defesa do consumidor (CRFB, art. 5º, XXXII; CESC, art. 150). Direito à informação clara e adequada sobre os diferentes produtos e serviços (CDC, art. 6º, III). Ausência de vícios de inconstitucionalidade.

Senhora Procuradora-Chefe da Consultoria Jurídica,

1. RELATÓRIO

Trata-se de pedido de diligência formulado pela Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, competindo à Procuradoria-Geral do Estado, consoante o Ofício n.º 619/CC-DIAL-GEMAT, o exame da constitucionalidade e da legalidade e a emissão de parecer a respeito do Projeto de Lei n.º 0122.0/2018, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina".

Eis o teor do projeto de lei em questão:

Art. 1º As pessoas físicas ou jurídicas responsáveis pela realização de eventos presenciais ou a distância devem informar, em suas peças publicitárias e programas, as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse.

§ 1º Para fins desta Lei, são consideradas relações que configuram potenciais conflitos de interesse qualquer tipo de patrocínio ou



**ESTADO DE SANTA CATARINA
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
CONSULTORIA JURÍDICA**



financiamento para a realização do evento, tais como recursos financeiros, pagamento de palestrantes, alimentação, transporte, hospedagem, brindes ou outro auxílio que possa ser mensurado por valor econômico.

§ 2º Os responsáveis pela organização de eventos devem informar, de forma clara, nas peças de publicidade e no programa do evento, a influência ou participação de organização empresarial, seja no conteúdo, na escolha do palestrante ou no patrocínio, bem como quaisquer contribuições que possam ter valor econômico, sem a necessidade de declarar montante recebido.

Art. 2º O descumprimento do disposto nela Lei sujeita o infrator às penalidades previstas no art. 56 a 60 da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor.

Parágrafo único. Os valores arrecadados em decorrência de multa serão revertidos para o Fundo Estadual para Reconstituição de Bens Lesados (FRBL).

Art. 3º Os responsáveis pela realização de eventos presenciais ou à distância, referidos no *caput* do art. 1º, têm o prazo de 180 (cento e oitenta) dias, a conta da publicação desta Lei, para o cumprimento de suas disposições.

Art. 4º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Colhe-se da justificativa da parlamentar proponente (disponível no processo SCC 8715/2021 - SGPe) que "a iniciativa de informar, nas peças publicitárias e nos programas de eventos presenciais ou à distância, elementos que possam caracterizar conflito de interesse (...) se coaduna com o direito de informação e com a proteção ao consumidor, mas não inviabiliza a realização ou a transmissão da mensagem pretendida, apenas reforçam sua credibilidade, pois não esconde de seus destinatários as nuances envolvidas".

É a síntese do essencial.

2. ANÁLISE

O Decreto nº 2.382, de 28 de agosto de 2014, que dispõe sobre o Sistema de Atos do Processo Legislativo, estabelece o seguinte acerca das diligências:

Art. 19. As diligências oriundas da ALESC em relação a projetos de lei deverão, no âmbito do Poder Executivo, ser encaminhadas às Secretarias de Estado ou aos órgãos especificados nos pareceres emitidos pelas comissões parlamentares e, a critério da dial, a outras Secretarias ou órgãos considerados necessários, para resposta no prazo máximo de 10 (dez) dias.

A análise realizada pela Procuradoria-Geral do Estado restringe-se à legalidade e à constitucionalidade do projeto de lei, cabendo às Secretarias de Estado e aos demais órgãos e entidades da administração pública estadual consultadas, manifestarem-se quanto à existência ou não de contrariedade ao interesse público.



**ESTADO DE SANTA CATARINA
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
CONSULTORIA JURÍDICA**



Nesses termos, passa-se à apreciação da proposição.

O projeto em análise veicula normas sobre consumo e responsabilidade por dano ao consumidor, matérias para as quais os Estados-membros possuem competência legislativa concorrente (CRFB, art. 24, V e VIII; CESC, art. 10, V e VIII).

Nos temas de competência legislativa concorrente, a Constituição Federal estabeleceu o denominado "condomínio legislativo", em que há expressa delimitação dos modos de atuação de cada ente federativo, os quais não se sobrepõem. A esse propósito, destaca-se o seguinte julgado do Supremo Tribunal Federal:

(...) 1. A competência legislativa concorrente cria o denominado "condomínio legislativo" entre a União e os Estados-Membros, cabendo à primeira a edição de normas gerais sobre as matérias elencadas no art. 24 da Constituição Federal; e aos segundos o exercício da competência complementar — quando já existente norma geral a disciplinar determinada matéria (CF, art. 24, § 2º) — e da competência legislativa plena (supletiva) — quando inexistente norma federal a estabelecer normatização de caráter geral (CF, art. 24, § 3º). [...] (ADI 4988, Relator(a): ALEXANDRE DE MORAES, Tribunal Pleno, julgado em 19/09/2018, PROCESSO ELETRÔNICO DJe-213 DIVULG 04-10-2018 PUBLIC 05-10-2018)

Especificamente sobre o direito consumerista, convém registrar que o STF tem interpretado de forma bastante ampla as regras de competência previstas no art. 24, V e VIII, da CRFB. Veja-se, nessa linha, a ADI 6195, ementada, para o que aqui interessa, nestes termos:

[...] 6. Entendimento recente desta SUPREMA CORTE no sentido de conferir uma maior ênfase na competência legislativa concorrente dos Estados quando o assunto gira em torno dos direitos do consumidor. Cite-se, por exemplo: ADI 4.306, Rel. Min. EDSON FACHIN, Tribunal Pleno, DJe de 18/2/2020; ADPF 109, Rel. Min. EDSON FACHIN, Tribunal Pleno, DJe de 1º/2/2019; ADI 5.745, Rel. Min. ALEXANDRE DE MORAES, Red. p/ acórdão: Min. EDSON FACHIN, julgado em 7/2/2019; e ADI 5.462, Rel. Min. ALEXANDRE DE MORAES, Tribunal Pleno, DJe de 29/10/2018. [...] (ADI 6195, Relator(a): ALEXANDRE DE MORAES, Tribunal Pleno, julgado em 27/03/2020, PROCESSO ELETRÔNICO DJe-089 DIVULG 14-04-2020 PUBLIC 15-04-2020)

Estabelecidas essas premissas sobre repartição de competências federativas, destaca-se que inexistente norma federal que exclua, de maneira nítida, a competência dos Estados-membros para densificar regras atinentes ao dever de informação dos fornecedores responsáveis pela realização de eventos, relativamente à presença de potencial conflito de interesses.

É que a Lei n.º 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor - CDC), que estabelece normas gerais sobre o tema, não procurou regulamentar exaustivamente as relações de consumo em todas as áreas da atividade econômica. A opção do legislador



**ESTADO DE SANTA CATARINA
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
CONSULTORIA JURÍDICA**



foi a de estabelecer os preceitos gerais que alcançarão toda e qualquer relação jurídica de consumo, mesmo que regulada por outras leis setoriais.

Nesse contexto, prevê o CDC, em seu art. 6º, III, como direito básico do consumidor, "a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços". Destaque-se que, "no Código de Defesa do Consumidor, o dever de informar não é tratado como mero dever anexo, e sim como dever básico, essencial e intrínseco às relações de consumo" (voto do Relator no REsp 1428801/RJ, Rel. Ministro Humberto Martins, segunda turma, julgado em 27/10/2015, DJe 13/11/2015). E esse direito básico é concretizado pela proposição legislativa em análise, na medida em que impõe aos responsáveis pela realização de eventos o dever de informar relações que configurem potenciais conflitos de interesse em suas peças publicitárias e programas.

Ademais, a proposta não se enquadra em nenhuma das hipóteses para as quais se exige iniciativa do Chefe do Poder Executivo previstas no §1º do art. 61 da CF/88 e reproduzidas, em razão do princípio da simetria, pelo § 2º do art. 50 da CESC. É que, conforme orientação do Supremo Tribunal Federal, "a iniciativa reservada, por constituir matéria de direito estrito, não se presume e nem comporta interpretação ampliativa, na medida em que, por implicar limitação ao poder de instauração do processo legislativo, deve necessariamente derivar de norma constitucional explícita e inequívoca" (ADI 724 MC, Rel. Min. Celso de Mello, j. 7-5-1992, p. DJ de 27-4-2001).

Não se trata de matéria reservada à lei complementar (art. 57 da CESC) e nem houve ingerência nas atribuições dos órgãos da Administração Pública.

O projeto é formalmente constitucional, portanto.

Também não se vislumbram vícios de inconstitucionalidade quanto ao conteúdo do projeto.

É dever do Estado promover a defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, da CF/88 e art. 150 da CE/SC), sendo este dever, inclusive, um princípio da ordem econômica (art. 170, V, da CF/88)

Ao editar o projeto sob análise, o legislador catarinense realizou juízo de ponderação em abstrato entre, de um lado, a proteção ao consumidor (art. 5º, XXXII e 170, V, da CF/88) e, de outro, a livre iniciativa (art. 1º, IV e art. 170, caput e parágrafo único, da CF/88). Sobre essa faculdade, é de se reconhecer que o legislador, naturalmente, dispõe de uma margem de escolha para realizar essa ponderação, pois não é um mero executor de decisões já integralmente contidas na Constituição.

Como bem apontam Daniel Sarmiento e Cláudio Pereira de Souza Neto ^[1], "numa democracia, quem tem a primazia na ponderação é o legislador que, ao regulamentar as mais diferentes matérias, deve levar em consideração as exigências decorrentes de normas e valores constitucionais por vezes conflitantes".

Propostas legislativas da mesma natureza da que está sob análise já foram objeto de apreciação pelo Supremo Tribunal Federal, que as considerou consentâneas com a ordem constitucional vigente. Nesse sentido:



**ESTADO DE SANTA CATARINA
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
CONSULTORIA JURÍDICA**



Ação Direta de Inconstitucionalidade. 2. Lei estadual que dispõe sobre a exposição de produtos orgânicos em estabelecimentos comerciais. 2. Repartição de competências. 3. Competência privativa da União para legislar sobre direito comercial versus competência concorrente para legislar sobre direito do consumidor. 4. Norma estadual que determina exposição de produtos orgânicos de modo a privilegiar o direito de informação do consumidor. Possibilidade. 5. Inexistência de violação à livre iniciativa. 6. Ação direta de inconstitucionalidade julgada improcedente. (ADI 5166, Relator(a): GILMAR MENDES, Tribunal Pleno, julgado em 04/11/2020, PROCESSO ELETRÔNICO DJe-276 DIVULG 19-11-2020 PUBLIC 20-11-2020)

(...) Nestes autos, discute-se a utilização do sistema de código de barras e a exigência de afixação de etiquetas indicativas dos preços nas mercadorias expostas à venda. O mandado de segurança foi impetrado perante o STJ em 23-11-1998, questionando ato do ministro da Justiça (...). Tais dispositivos buscam realizar o postulado constitucional da defesa do consumidor, consagrado expressamente nos arts. 5º, XXXII, e 170, V, da CF/1988. Nesse sentido, não viola a Constituição a obrigação de afixar etiquetas indicativas do preço diretamente nas mercadorias. (...) não há que se falar em ofensa ao princípio da proporcionalidade, pois o ato impugnado revelou-se adequado e necessário, atingindo sua finalidade de proteção e defesa do consumidor, tal qual estabelece o art. 5º, XXXII, da CF de 1988. (RMS 23.732, voto do rel. min. Gilmar Mendes, j. 17-11-2009, 2ª T, DJE de 19-2-2010.)

No âmbito dessa Consultoria Jurídica também já foram apreciadas proposições semelhantes, concluindo-se, na essência, pela constitucionalidade. Confira-se:

PARECER Nº 169/21-PGE

Pedido de diligência. Projeto de Lei nº 86.1/2021, de origem parlamentar, que "Dispõe sobre a disponibilização de lentes de aumento (lupas) pelos estabelecimentos que especifica, no âmbito do Estado de Santa Catarina". Competência concorrente dos entes federados para legislar sobre produção e consumo e sobre responsabilidade por dano ao consumidor (art. 24, incisos V e VIII, da CF/88 e art. 10, incisos V e VIII, da CE/SC). Inexistência de iniciativa privativa do Chefe do Poder Executivo. Dever do Estado de promover a defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, da CF/88 e art. 150 da CE/SC). Direito à informação clara e adequada sobre os diferentes produtos e serviços (art. 6º, III, do CDC). Ausência de vícios de inconstitucionalidade e ilegalidade.

PARECER Nº 33/20-PGE

Autógrafo de projeto de lei de iniciativa parlamentar. Direito do Consumidor. "Dispõe sobre o dever de informação ao consumidor acerca do direito de arrependimento, nos casos em que a contratação do fornecimento de produtos ou serviços é realizada fora do estabelecimento comercial." Exercício da competência legislativa



**ESTADO DE SANTA CATARINA
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
CONSULTORIA JURÍDICA**



concorrente. Direito do Consumidor. Art. 24, V, da C.F. Constitucionalidade, com exceção do art. 2º, que dispõe de forma diversa do estabelecido pelo CDC.

PARECER Nº 26/19-PGE

Autógrafo do Projeto de Lei nº 025/2018 que "Dispõe sobre a obrigatoriedade do fornecimento ao consumidor de informações e documentos por parte de operadoras de plano ou seguro privado de assistência à saúde no caso de negativa de cobertura e adota outras providências". Exercício da competência legislativa concorrente. Direito do Consumidor. Art. 24, V e VIII, da Constituição Federal. Constitucionalidade.

A proposição é compatível com todo o arcabouço normativo supracitado e, por consequência, revela-se materialmente constitucional, representando iniciativa tendente à proteção do direito de informação conferido aos consumidores.

Face ao explicitado e adotando-se uma postura deferente em relação à carta de intenções do Poder Legislativo, não se vislumbram vícios de inconstitucionalidade no projeto de lei sob análise.

3. CONCLUSÃO

Diante do exposto, opina-se pela não existência de vícios de inconstitucionalidade no Projeto de Lei n.º 122.0/2018, de origem parlamentar, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina".

É o parecer.

FLÁVIA BALDINI KEMPER
Procuradora do Estado

Notas

1. [^] SARMENTO, Daniel; SOUZA NETO, Cláudio Pereira de. **Direito constitucional: teoria, história e métodos de trabalho**. 2. ed. 3. reimpr. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 515



Assinaturas do documento



Código para verificação: **3W2HY4N3**

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

✓ **FLAVIA BALDINI KEMPER** (CPF: 070.XXX.519-XX) em 31/05/2021 às 14:27:53
Emitido por: "SGP-e", emitido em 03/08/2020 - 15:46:00 e válido até 03/08/2120 - 15:46:00.
(Assinatura do sistema)

Para verificar a autenticidade desta cópia, acesse o link <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo/conferencia-documento/U0NDXzEwMDY4XzAwMDA4NzE1Xzg3MjNfMjAyMV8zVzJIWTR0Mw==> ou o site <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo> e informe o processo **SCC 00008715/2021** e o código **3W2HY4N3** ou aponte a câmera para o QR Code presente nesta página para realizar a conferência.



**ESTADO DE SANTA CATARINA
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
CONSULTORIA JURÍDICA**



Processo: SCC 8715/2021

Assunto: Diligência. Projeto de Lei nº 0122.0/2018

Origem: Casa Civil (CC)

Interessado: Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (Alesc)

DESPACHO

Manifesto concordância com o parecer exarado pela Procuradora do Estado, Dra. Flávia Baldini Kemper, no processo em epígrafe, pelos próprios fundamentos e bem lançadas razões, cuja ementa está assim lançada:

Ementa: Pedido de diligência. Projeto de Lei nº 0122.0/2018, de origem parlamentar, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina". Competência legislativa concorrente para legislar sobre consumo e responsabilidade por dano ao consumidor (CRFB, art. 24, V e VIII; CESC, art. 10, V e VIII). Não existência de iniciativa privativa do Chefe do Poder Executivo. Dever do Estado de promover a defesa do consumidor (CRFB, art. 5º, XXXII; CESC, art. 150). Direito à informação clara e adequada sobre os diferentes produtos e serviços (CDC, art. 6º, III). Ausência de vícios de inconstitucionalidade.

Assim, submeto à consideração superior.

Florianópolis, data da assinatura digital.

ALINE CLEUSA DE SOUZA
Procuradora-Chefe da Consultoria Jurídica



Assinaturas do documento



Código para verificação: **88P7SL9F**



Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



ALINE CLEUSA DE SOUZA (CPF: 003.XXX.689-XX) em 31/05/2021 às 14:43:23

Emitido por: "SGP-e", emitido em 13/07/2018 - 13:14:45 e válido até 13/07/2118 - 13:14:45.

(Assinatura do sistema)

Para verificar a autenticidade desta cópia, acesse o link <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo/conferencia-documento/U0NDXzEwMDY4XzAwMDA4NzE1Xzg3MjNfMjAyMV84OFA3U0w5Rg==> ou o site

<https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo> e informe o processo **SCC 00008715/2021** e o código **88P7SL9F** ou aponte a câmera para o QR Code presente nesta página para realizar a conferência.



**ESTADO DE SANTA CATARINA
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
GABINETE DO PROCURADOR-GERAL DO ESTADO**



SCC 8715/2021

Assunto: Pedido de diligência. Projeto de Lei nº 0122.0/2018, de origem parlamentar, que "Dispõe sobre o dever de informação atribuído aos responsáveis pela realização de eventos, presenciais ou à distância, sobre as relações de qualquer natureza que configurarem potenciais conflitos de interesse, na divulgação de suas peças publicitárias e programas, no âmbito do Estado de Santa Catarina". Competência legislativa concorrente para legislar sobre consumo e responsabilidade por dano ao consumidor (CRFB, art. 24, V e VIII; CESC, art. 10, V e VIII). Não existência de iniciativa privativa do Chefe do Poder Executivo. Dever do Estado de promover a defesa do consumidor (CRFB, art. 5º, XXXII; CESC, art. 150). Direito à informação clara e adequada sobre os diferentes produtos e serviços (CDC, art. 6º, III). Ausência de vícios de inconstitucionalidade.

Origem: Casa Civil (CC).

Interessado: Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (Alesc).

De acordo com o **Parecer nº 221/21-PGE**, da lavra da Procuradora do Estado Dra. Flávia Baldini Kemper, referendado pela Dra. Aline Cleusa de Souza, Procuradora-Chefe da Consultoria Jurídica.

SÉRGIO LAGUNA PEREIRA
Procurador-Geral Adjunto para Assuntos Jurídicos

DESPACHO

01. Acolho o **Parecer nº 221/21-PGE**, referendado pelo Dr. Sérgio Laguna Pereira, Procurador-Geral Adjunto para Assuntos Jurídicos.



**ESTADO DE SANTA CATARINA
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO
GABINETE DO PROCURADOR-GERAL DO ESTADO**



02. Encaminhe-se o processo à Diretoria de Assuntos Legislativos da Casa

Civil.

Florianópolis, data da assinatura digital.

ALISSON DE BOM DE SOUZA
Procurador-Geral do Estado



Assinaturas do documento



Código para verificação: **8Z8DN5W5**

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

- ✓ **SÉRGIO LAGUNA PEREIRA** em 31/05/2021 às 14:28:43
Emitido por: "SGP-e", emitido em 13/07/2018 - 15:07:26 e válido até 13/07/2118 - 15:07:26.
(Assinatura do sistema)
- ✓ **ALISSON DE BOM DE SOUZA** em 31/05/2021 às 14:31:48
Emitido por: "SGP-e", emitido em 30/03/2018 - 12:33:30 e válido até 30/03/2118 - 12:33:30.
(Assinatura do sistema)

Para verificar a autenticidade desta cópia, acesse o link <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo/conferencia-documento/U0NDXzEwMDY4XzAwMDA4NzE1Xzg3MjNfMjAyMV84WjhETjVXNQ==> ou o site <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo> e informe o processo **SCC 00008715/2021** e o código **8Z8DN5W5** ou aponte a câmera para o QR Code presente nesta página para realizar a conferência.



DEVOLUÇÃO

Após respondida a diligência, usando os atributos do Regimento Interno em seu artigo 142, devolve-se o presente Processo Legislativo PL./0122.0/2018 para o Senhor Deputado Moacir Sopelsa, para exarar relatório conforme prazo regimental.

Sala da Comissão, em 18 de junho de 2021

Chefe de Secretaria



REDISTRIBUIÇÃO

Faça-se a remessa dos autos do Processo Legislativo nº PL./0122.0/2018, pelo princípio de REDISTRIBUIÇÃO, ao Senhor Deputado Mauro de Nadal, Membro desta Comissão, por ter sido designado RELATOR, com base no artigo 130, inciso VI, do Regimento Interno (Resolução nº 001/2019), pelo(a) Sr(a). Dep. Ada Faraco De Luca, Presidente da Comissão.

Informa-se que o prazo regimental final para apresentação do relatório expira no dia 11/12/2019.

Sala da Comissão, em 16 de fevereiro de 2022


Chefe de Secretaria