



Coordenadoria de Expediente
Of nº 005/2020

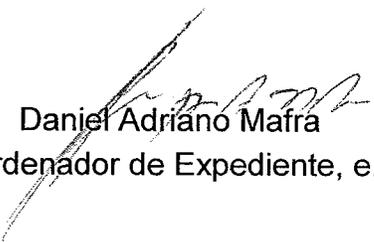
Florianópolis, 4 de fevereiro de 2020

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

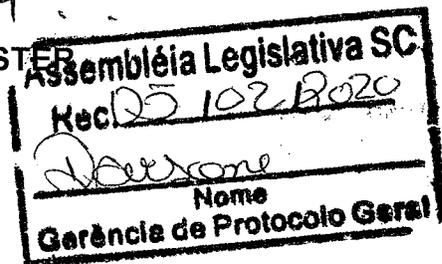
Excelentíssimo Senhor
DOUGLAS BORBA
Chefe da Casa Civil
Nesta

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 douta 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

