



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