

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