

PARECER Nº 1656/2009 DA COMISSÃO DE EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTES SOBRE O PROJETO DE LEI 293/2009.

Trata-se de projeto de lei, de autoria do Vereador Antonio Carlos Rodrigues, que dispõe sobre a obrigatoriedade de transmissão de filmes institucionais de curta duração com conteúdo versando sobre temas: saúde pública, higiene, educação, comportamento, cultura trânsito entre outros assuntos de relevante interesse social, a ser transmitido em estádio de futebol, cinema, teatro e ainda outros eventos, de acordo com as reais possibilidades de estrutura.

O projeto foi recepcionado pela Comissão de Constituição, Justiça e Legislação Participativa, no que tange aos aspectos de sua Constitucionalidade e Legalidade. Na comissão de Trânsito, Transporte, Atividade Econômica, Turismo, Lazer e Gastronomia, o parecer foi FAVORÁVEL, com a observação de ser o projeto revestido de elevado interesse público.

Ao nosso entendimento, o projeto deve ser acolhido, pois nos momentos de lazer e cultura acima declinado, a apresentação de propaganda desta natureza somente contribuirá para elevar o nível do conhecimento e cultural da população da cidade de São Paulo.

O projeto é claro em seus propósitos. No que tange ao seu mérito, permite que a incitativa privada possa patrocinar, as tais curtas, ao mesmo tempo em que veda a "propaganda", e o merchandising, objetivando com isso que a sua iniciativa não assuma caráter promocional de produtos ou serviços com a finalidade lucrativa.

Diante do que foi argumentado, somos favoráveis à aprovação da presente propositura, com substitutivo para adequá-lo ao conceito trazido pela professora Ada Pellegrini Grinover, onde faz a distinção entre a propaganda e a publicidade, conforme descrito a seguir:

(...)

O objetivo de lucro, de vantagem econômica, parece ser o âmago da distinção entre publicidade e a propaganda: a primeira tem a intenção de gerar lucro e a segunda em regra exclui o benefício econômico. Enquanto a publicidade tem a finalidade de divulgar comercialmente um produto ou serviço, a propaganda visa a um objetivo ideológico, filosófico, político e social. (...).(Grifo nosso). GRINOVER, Ada Pellegrini e outros. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 6ª edição. São Paulo: Forense Universitária. 1999, p. 266.

Assim, o substitutivo não trará alteração quanto ao mérito do projeto, somente será substituída à expressão propaganda, por publicidade. Entendemos que a propaganda é aquilo que o autor pretende ver aprovado.

O veto à publicidade e ao merchandising é para evitar desvio daquilo que pretende o autor com esta propositura.

Ante ao exposto, somos favorável à propositura.

Entretanto, visando aperfeiçoar o projeto, apresentamos o substitutivo abaixo aduzido.

SUBSTITUTIVO n.º DA COMISSÃO DE EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTES, AO PROJETO DE LEI Nº 293/2009.

Dispõe sobre a apresentação obrigatória de filmes institucionais de curta duração (curta-metragem) de conteúdo educativo, informativo ou institucional antes do início de sessões de cinema, de peças teatrais ou espetáculos realizados no Município de São Paulo, e dá outras providências.

A Câmara Municipal de São Paulo DECRETA:

Art. 1º É obrigatória a exibição de filme institucional antes do início de sessões de cinema de peças teatrais e quaisquer espetáculos realizados no município de São Paulo.

§ 1º Ficam excluídos os locais que não tenham, como atividade principal às mencionadas no caput, assim como aquelas que não apresentem condições técnicas, ou cuja implementação seja excessivamente onerosa.

§ 2º Os filmes de que trata o caput deverão ser exibidos nos estádios de futebol que possuam equipamentos suficientes para tanto, facultando-se a exibição durante os intervalos dos jogos.

Art. 2º Os filmes institucionais terão duração mínima de dois e máxima de cinco minutos e versarão sobre temas como saúde pública, higiene, educação, comportamento, cultura, trânsito e outros assuntos de relevante interesse social.

Art. 3º Respeitadas as diretrizes do art. 2º, a escolha do tema e do filme a ser exibido é livre, cabendo ao poder público fiscalizar a sua adequação ao tema e às normas estabelecidas nesta lei.

§ 1º Os filmes deverão conter mensagem educativa adequada ao público e faixa etária da audiência.

§ 2º É permitido o patrocínio comercial para a exibição, vedada a publicidade ou merchandising no conteúdo do filme.

§ 3º O filme deverá ser renovado, no mínimo, bimestralmente.

Art. 4º A infração ao disposto nesta lei acarretará multa no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) por sala de exibição em que se verificar a infração, valor que será dobrado na primeira reincidência e quadruplicado para a segunda e demais reincidências, assim considerado o comportamento reiterado a cada 30 (trinta) dias da aplicação da multa.

Parágrafo único. O valor da multa de que trata o caput deste artigo será atualizado anualmente pela variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, calculado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, acumulado no exercício anterior, sendo que no caso em extinção desse índice será adotado outro, instituído por lei federal, que reflita e recomponha o poder aquisitivo da moeda.

Art. 5º - O poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, a contar da data de sua publicação.

Art. 6º As despesas decorrentes da execução da lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas, se necessário.

Art. 7º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala da Comissão de Educação, Cultura e Esportes, em 09/12/2009.

Eliseu Gabriel - PSB - Presidente

Alfredinho – PT - Relator

Marco Aurélio Cunha – DEM

Cláudio Fonseca – PPS

Claudinho – PSDB

Jooji Hato – PMDB

Netinho de Paula – PC do B