

PARECER Nº , DE 2014

Da COMISSÃO DE ASSUNTOS ECONÔMICOS, sobre o Projeto de Lei da Câmara nº 49, de 2007 (Projeto de Lei nº 6.297, de 2002, na origem), do Deputado Pompeo de Mattos, que *torna obrigatória a exibição de filme publicitário que esclareça sobre as consequências do uso de drogas ilegais e do abuso de drogas lícitas, no início de cada sessão de exibição de filmes, em todos os cinemas do País.*

RELATOR: Senador **CYRO MIRANDA**

I – RELATÓRIO

Vem ao exame desta Comissão de Assuntos Econômicos o Projeto de Lei da Câmara (PLC) nº 49, de 2007 (Projeto de Lei nº 6.297, de 2002, na origem), cuja ementa é transcrita acima.

O objetivo do projeto é tornar obrigatória a exibição de filme publicitário que explique as consequências do uso de drogas ilegais e do abuso de drogas lícitas, no início de cada sessão de exibição de filmes, em todos os cinemas do País.

Os custos de produção, distribuição e exibição do material publicitário serão cobertos pelo Fundo Nacional Antidrogas – Funad, nos termos do inciso II do art. 5º da Lei nº 7.560, de 19 de dezembro de 1986, e do art. 13 da Medida Provisória nº 2.143-32, de 2 de maio de 2001.

De acordo com a proposição, o Poder Executivo regulamentará as disposições da lei decorrente do projeto e definirá os órgãos responsáveis pela supervisão técnica da produção e pela fiscalização da exibição do filme publicitário.



SF/14822.07295-25

A cláusula de vigência determina que a lei resultante do projeto deverá entrar em vigor na data de sua publicação.

Em sua justificativa, o autor expressa sua preocupação em informar e esclarecer a população acerca do uso de drogas e considera o cinema um meio de comunicação a ser aproveitado como instrumento de campanhas educativas.

A matéria, que já recebeu parecer pela rejeição da Comissão de Educação, Cultura e Esporte (CE), seguirá, ainda, para as Comissões de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) e de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT).

II – ANÁLISE

Nos termos do art. 99, inciso I, do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), cabe a esta Comissão opinar sobre os aspectos econômico e financeiro das proposições que lhes são submetidas por despacho do Presidente, por deliberação do Plenário ou por consulta de outra comissão.

O PLC nº 49, de 2007, procura disseminar informações acerca dos efeitos deletérios ocasionados pelo uso de drogas de forma a desestimular seu consumo. Para tanto, elege o cinema como meio de divulgação de campanhas educativas a serem exibidas antes das sessões principais.

É indiscutível que estratégias que levem à redução do consumo de drogas ilícitas e do abuso das drogas lícitas devem ser debatidas e merecem todo o apoio desta Casa. Contudo, existem dúvidas razoáveis quanto à efetividade e à eficácia da estratégia proposta no projeto em tela.

Inicialmente, destacamos que vários estudos acadêmicos concluem que o impacto de campanhas educativas sobre consumo de drogas é muito baixo, ou mesmo nulo. Constitui-se tarefa extremamente difícil alterar o comportamento das pessoas por meio de campanhas dessa natureza, pois depende do estudo dos aspectos comportamentais que devem ser tratados e da elaboração cuidadosa da forma como a mensagem é comunicada.

Essa elaboração deve ser fruto de estudos, testes e avaliações, além de utilizar uma linguagem adequada ao público alvo, o que resulta em um processo complexo. A baixa efetividade de várias campanhas antidrogas deve-

se, em grande medida, a essa complexidade, e torna reduzida a relação custo-benefício desse tipo de estratégia de comunicação com a sociedade.

Além disso, especialistas destacam que, no caso dos adolescentes, os meios mais efetivos de divulgação de informações sobre drogas devem permitir a interação e a reflexão, em vez de apenas informar os malefícios decorrentes do consumo. O ambiente escolar e o familiar apresentam-se como os mais adequados para essa comunicação.

Quanto ao aspecto estritamente econômico do projeto, acreditamos que a forma escolhida para disseminar as campanhas publicitárias não é adequada por representar uma intervenção indevida do poder público na condução de negócios privados.

Conforme o inciso IV do art. 1º da Constituição, o valor social da livre iniciativa apresenta-se como um dos fundamentos da República Federativa do Brasil. Ademais, o art. 170 afirma estar a ordem econômica fundada na livre iniciativa.

Assim, é assegurada constitucionalmente ao empreendedor a liberdade de iniciar e gerir uma atividade econômica, observando os preceitos legais em vigência. Qualquer projeto de lei que limite essa liberdade atenta contra o fundamento da livre iniciativa, como é o caso ora em análise.

Entendemos que a decisão acerca de quais filmes promocionais, ou peças publicitárias, precederão cada filme cabe, de forma irrestrita, aos proprietários de salas de cinema e dos direitos de exibição. A eles é resguardado o direito de alocar o tempo que precede cada filme. Impor a exibição de campanhas educativas, por mais bem intencionadas que sejam, constitui interferência abusiva do poder público na esfera privada.

Por fim, não há justificativa teórica, tampouco evidências empíricas, que nos permitam obrigar a veiculação de campanhas educativas apenas aos cinemas. Ademais, vale lembrar que, diversamente das rádios e das redes de televisão, salas de cinema não são atividades originárias de concessões públicas.

III – VOTO

Ante o exposto, o voto é pela **rejeição** do Projeto de Lei da Câmara (PLC) nº 49, de 2007.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator



SF/14822.07295-25