

Parecer nº 108/86

Aprovado em 20/11/86 – Processo nº 40003.000323/86-31

Interessado: Coordenadoria de Assuntos Parlamentares – minC

Assunto: Projeto de Lei da Câmara nº 34/84, (nº 91/79, na casa de origem).

Acrescenta dispositivo à Lei nº 5.988/73, que regula os Direitos

Autorais e dá outras providências. Deputado Freitas Nobre.

Relator: Conselheiro João Carlos Müller Chaves

Ementa

É de se rejeitar Projeto de Lei que nada acrescenta ao texto legal que pretende modificar.

I – Relatório

Solicita a Coordenadoria de Assuntos Parlamentares do minC parecer deste Colegiado sobre o Projeto de Lei nº 34/84 (91/79 na origem), de autoria do ilustre Deputado Freitas Nobre, que manda acrescentar um inciso XIII no artigo 6º da Lei nº 5.988/73, no qual se mencionam “as obras publicitárias” (fl. 2).

À fl. 10, está o Parecer Técnico nº 113/86 da Coordenadoria Jurídica do CNDA, opinando pela desnecessidade do acréscimo pretendido pelo Projeto, já que:

“... o Art. 6º da Lei nº 5.988/73, abrange também a obra publicitária, pois a mesma se exterioriza através das formas expressamente previstas no elenco daquele artigo, como, por exemplo: obras musicais, cinematográficas, fotográficas, de desenho, etc.”.

À fl. 13, despacho da Vice-Presidência deste Conselho designando-nos para relatar o processo.

É o relatório.

II – Análise

Esta análise seria, a rigor, dispensável, vez que o Projeto em exame já foi objeto de parecer deste Colegiado, através de seu então Presidente, Dr. Carlos Fernando Mathias de Souza, conforme cópia de ofício às fls. 11/12. Concordamos em gênero, número e grau com o referido parecer, em que, aliás, se baseou a Coordenadoria Jurídica. Repetindo-o, afirmamos que “a obra publicitária, como criação do espírito,

já se encontra amparada pela Lei.” Teríamos apenas um pequeno reparo a fazer, sob o aspecto meramente doutrinário.

Em que pese o respeito que nos merece a inegável cultura jurídica do Professor Carlos Alberto Bittar, a denominação “obra publicitária” não nos agrada. O artigo 6º enumera, não taxativamente, as criações do espírito, sob o ângulo da forma de exteriorização da obra, que pode ser literária, cinematográfica, musical, fotográfica, etc. A denominação “obra publicitária” define a criação de espírito por sua destinação, fugindo, pois, à sistemática da lei, devendo, portanto, ser evitada na linguagem jurídica, sendo, embora, tolerável na linguagem comum.

III – Voto

Ante o exposto, nosso voto é no sentido de que se recomende a rejeição do Projeto, por desnecessário e tecnicamente incorreto.

Brasília, 19 de novembro de 1986.

João Carlos Müller Chaves
Conselheiro Relator

IV – Decisão do Colegiado

À unanimidade, o Colegiado acompanhou o voto do Conselheiro Relator.

Brasília, 20 de novembro de 1986.

Hildebrando Pontes Neto
Vice-Presidente

D.O.U 12.12.86 – Seção I, pág. 18711