

## **COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA**

### **PROJETO DE LEI Nº 3.691, DE 1997 (Projeto de Lei nº 4.097, de 2001, apensado)**

Dispõe sobre a proibição de qualquer tipo de publicidade comercial nas emissoras de televisão por assinatura

**Autor:** Deputado SALATIEL CARVALHO  
**Relator:** Deputado JULIO SEMEGHINI

#### **I - RELATÓRIO**

O Projeto de Lei nº 3.691, de 1997, de autoria do nobre Deputado Salatiel Carvalho, pretende proibir a veiculação de todo tipo de publicidade comercial nas emissoras de televisão por assinatura. A esse PL foi apensado o Projeto de Lei 4.097, de 2001, de autoria do nobre Deputado Salvador Zimbaldi, que tem exatamente o mesmo objetivo – com exceção para as propagandas institucionais, que seriam permitidas, desde que obedecendo a limites de tempo na transmissão diária.

O Deputado Salatiel Carvalho justifica a apresentação de sua proposição afirmando que “os assinantes de TVs por assinatura já pagam uma mensalidade para ter acesso à programação”. A inserção de peças publicitárias na programação dessas emissoras, portanto, seria danosa ao consumidor, na medida em que ele pagaria mensalidades consideravelmente altas para assistir, durante alguma parte do tempo da programação, a peças publicitárias que não são o objeto contratado no serviço.

A justifica do Projeto de Lei apensado apresentada pelo Deputado Salvador Zimbaldi utiliza a mesma argumentação, acrescentando

que a inexistência de interrupção da programação por peças publicitárias comerciais era um dos principais atrativos para o consumidor, vantagem essa que tem sido frustrada ultimamente.

O Projeto de Lei aqui analisado, bem como seu apenso, foram submetidos ao exame da Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias, recebendo parecer pela rejeição das matérias, parecer esse aprovado por unanimidade.

No prazo regimental de cinco sessões não foram oferecidas emendas às proposições examinadas.

## **II - VOTO DO RELATOR**

As proposições aqui relatadas foram motivadas, sem dúvida, por uma grande preocupação com a garantia dos direitos dos consumidores. Nos últimos anos, o setor de TV por Assinatura vem sendo alvo de duras críticas, principalmente de seus clientes. Diversos são os motivadores dessas críticas – atendimento ruim, descumprimento de prazos, má qualidade da programação, altos preços de mensalidades, erros de cobrança e, com destaque aqui, grande número de inserções publicitárias.

Assim, os nobres Deputados Salatiel Carvalho e Salvador Zimbaldi, por meio dos Projetos de Lei nº 3.691, de 1997; e 4.097, de 2001, respectivamente, pretendem acabar com pelo menos uma das causa de críticas citadas, proibindo a inserção de publicidade comercial nas emissoras de TV por Assinatura. Levando-se em conta o motivador da crítica e a proposta apresentada nos projetos, uma primeira avaliação poderia nos levar a crer que os Projetos de Lei aqui analisados seriam perfeitos do ponto de vista do mérito.

Contudo, ao analisarmos mais a fundo as proposições, encontramos um paradoxo importante: a proibição da publicidade comercial nas emissoras de TV por Assinatura pode terminar por prejudicar o próprio assinante. Reporto-me, com a devida reverência, ao excelente relatório do Deputado José Borba apresentado na Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias, no qual ele ressalta que a proibição contida nas proposições afetariam em larga escala o equilíbrio econômico financeiro das

empresas do setor. O reflexo imediato da queda da receita dessas empresas seria, portanto, o aumento de custos para seus assinantes, algo bastante indesejável.

Além disso, acrescento que esse aumento nas assinaturas geraria uma reação em cadeia, redundando em mais barreiras à universalização das comunicações. Hoje temos no Brasil, segundo dados da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura e da Anatel, apenas 2,3 assinantes de TV fechada para cada 100 habitantes. Portanto, estamos ainda distantes da universalização desse meio de comunicação, e o principal fator de exclusão é a baixa renda da maioria da população brasileira. Com um aumento do valor a ser pago pelas assinaturas, é de se esperar que esse fator de exclusão de torne ainda mais intenso, na medida em que será necessária uma renda ainda maior para se poder pagar pelo serviço de TV por assinatura.

Finalmente, é preciso ressaltar que as proposições aqui relatadas, caso aprovadas, trariam um considerável impacto negativo para o mercado publicitário no Brasil. Estima-se que entre 1,5% e 2% de todos os investimentos publicitários nas diferentes mídias no País sejam direcionados para a TV por Assinatura – portanto, a proibição da publicidade nessa mídia geraria uma grave crise para o setor. Mais que isso – levando-se em conta que os investimentos em publicidade representam cerca de 1% do PIB brasileiro, uma crise no setor pode ser um fator que agrave ainda mais o baixo crescimento econômico da economia brasileira nos últimos anos.

Diante do exposto, votamos pela REJEIÇÃO do Projeto de Lei 3.391, de 1997, bem como de seu apenso, Projeto de Lei 4.097, de 2001.

Sala da Comissão, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2005.

Deputado JÚLIO SEMEGHINI  
Relator