

PROJETO DE LEI Nº , DE 2006
(Do Sr. Celso Russomanno)

Acrescenta o artigo 124-A na Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, estabelecendo limite para exibição da logomarca da emissora de radiodifusão de sons e imagens durante as transmissões.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, estabelecendo limites para a colocação de logomarcas de identificação das emissoras de radiodifusão de sons e imagens durante as transmissões.

Art. 2º Acrescente-se o artigo 124-A na Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, com a seguinte redação:

“Art. 124-A. As logomarcas de identificação das emissoras de radiodifusão de sons e imagens deverão ocupar, no máximo, 2 (dois) por cento da tela do receptor e deverão ser transparentes.”

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO



72644E6858

Em mais de meio século de existência no Brasil, a televisão passou por inúmeras transformações, do monitor preto e branco ao aparelho a cores; do cabo à transmissão por satélite, além do surgimento do controle remoto, que deu “poder” ao telespectador para escolher a cada instante uma nova opção de programação. Essas inovações fizeram com esse veículo se popularizasse com grande velocidade no País.

Hoje a televisão é, depois do rádio, o equipamento eletrônico mais difundido na sociedade, presente em mais de 95% dos lares brasileiros, mais até do que a geladeira. Cientes da grande atratividade e, até mesmo, do fascínio que a TV exerce sobre o telespectador, os grandes grupos de comunicação construíram estratégias de marketing para alavancar os seus negócios e começaram a tratar o telespectador como “teleconsumidor”.

O projeto que ora propomos visa atacar um dos efeitos colaterais dessa postura, muitas vezes, meramente mercadológica das emissoras de TV. Na disputa acirrada pela audiência, e buscando fixar sua marca junto ao telespectador, as emissoras estão “abusando” na exibição de sua logomarca na tela do receptor, que chega a encobrir boa parte do programa que está sendo veiculado.

Ora, esse comportamento, por mais casual que pareça, na verdade demonstra uma política das emissoras de tratar a informação não como um “bem público ao qual todos devem ter acesso”, conforme está assegurado em nossa Constituição, mas como uma “mercadoria” que vem eletronicamente embrulhada e “selada” pelo símbolo da emissora. Lembramos ainda que as emissoras por *broadcast* são detentoras de uma concessão pública, o que faz com que tenham compromissos éticos e constitucionais com uma programação de qualidade, que vise educar, informar, esclarecer e valorizar a cultura nacional, não podendo priorizar os fins comerciais em detrimento do conteúdo.

Aliás, é exatamente isso que está previsto, também, no Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, instituído pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963. O artigo 3º do referido Decreto estabelece que “os serviços de radiodifusão tem finalidade educativa e cultural, mesmo em seus



aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interesse nacional, sendo permitido, apenas, a exploração comercial dos mesmos, na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade.”

Não questionamos a necessidade de haver uma identificação, na tela da TV, de cada emissora, no sentido de situar o telespectador, especialmente depois do advento da TV por assinatura, que trouxe ao País mais de quatro dezenas de canais estrangeiros. Entretanto, avaliamos que devemos ter, para as emissoras de sinal aberto, que são concessões nacionais, um disciplinamento melhor quanto à exibição da logomarca. Para isso, buscamos inspiração em proposição elaborada anteriormente pelo nobre Deputado Pedro Pedrossian, e relatada, no âmbito da Comissão de Defesa do Consumidor, pelo nobre Deputado Salatiel Carvalho, mas que foi arquivada sem exame do mérito ao final da última legislatura.

O projeto agora proposto introduz artigo na lei que define as principais diretrizes do setor de Radiodifusão, que é o Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962). A mesma medida não pode ser estendida às televisões pagas, por serem, pela legislação brasileira, serviço de telecomunicações, e não de radiodifusão, e pela inviabilidade de sua implementação prática.

Por esses motivos, contamos com o apoio dos ilustres parlamentares para a aprovação de nosso projeto.

Sala das Sessões, em de de 2006.

Deputado CELSO RUSSOMANNO



72644E6858

ArquivoTempV.doc_249



72644E6858