



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 6.522, 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.

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24, II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

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

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 18 de janeiro de 2006.

Deputado **CELSO RUSSOMANNO**

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI
--

LEI Nº 4.117, DE 27 DE AGOSTO DE 1962

Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações.

** A Lei nº 9.472, de 16/07/1997, revogou esta Lei, exceto quanto a matéria penal e aos preceitos relativos a radiodifusão.*

CAPÍTULO VIII DAS TAXAS E TARIFAS

Art. 124. O tempo destinado na programação das estações de radiodifusão, à publicidade comercial, não poderá exceder de 25% (vinte e cinco por cento) do total.

Art. 125. O Departamento de Correios e Telégrafos continuará a exercer as atribuições de fiscalização e a efetuar a arrecadação das atuais taxas, prêmios e contribuições, até que o Conselho Nacional de Telecomunicações esteja devidamente aparelhado para o exercício destas atribuições.

** Artigo vetado pelo Presidente da República, mantido pelo Congresso Nacional.*

DECRETO Nº 52.795, DE 31 DE OUTUBRO DE 1963

Aprova o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão.
Regulamento dos Serviços de Radiodifusão

TÍTULO I INTRODUÇÃO

CAPÍTULO II DA FINALIDADE DOS SERVIÇOS

Art. 3º Os serviços de radiodifusão têm finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interesse nacional, sendo permitida, apenas, a exploração comercial dos mesmos, na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade.

§ 1º Para atingir tal finalidade, o CONTEL, de acordo com a legislação em vigor, promoverá as medidas necessárias à instalação e funcionamento de estações radiodifusoras no Território Nacional.

** § 1º com redação dada pelo Decreto nº 91.837, de 25/10/1985.*

§ 2º Todos os municípios brasileiros têm direito de postular a concessão de radiodifusão, desde que haja viabilidade técnica.

** § 2º com redação dada pelo Decreto nº 91.837, de 25/10/1985.*

TÍTULO II DA CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

Art. 4º Os serviços de radiodifusão, para os efeitos deste Regulamento, assim se classificam:

- 1 - quanto ao tipo de transmissão:
 - a) de sons (radiodifusão sonora);
 - b) de sons e imagens (televisão).
 - 2 - quanto à área de serviço:
 - a) local;
 - b) regional;
 - c) nacional.
-

3 - quanto ao tipo de modulação:

a) amplitude modulada (AM);

b) frequência modulada (FM).

4 - quanto ao tempo de funcionamento:

a) de horário limitado;

b) de horário ilimitado.

5 - quanto à faixa de frequência e comprimento das ondas radioelétricas:

-----*-----*-----*-----

Faixa de : Banda de : Subdivisão : Classificação

Frequência : Frequência : Métrica das Ondas : Popular

-----*-----*-----*-----

535 à : MÉDIA FREQUÊNCIA : ONDA HECTOMÉTRICA : ONDA MÉDIA

1.605 Kc/s : (MF) : :

: : :

2.300 à : MÉDIA FREQUÊNCIA : ONDA HECTOMÉTRICA : ONDA TROPICAL

2.490 Kc/s : (MF) : :

: : :

3.200 à : ALTA FREQUÊNCIA : ONDA DECAMÉTRICA : ONDA TROPICAL

3.400 Kc/s : (HF) : :

: : :

4.750 à : ALTA FREQUÊNCIA : ONDA DECAMÉTRICA : ONDA TROPICAL

4.995 Kc/s : (HF) : :

: : :

5.005 à : ALTA FREQUÊNCIA : ONDA DECAMÉTRICA : ONDA TROPICAL

5.060 Kc/s : (HF) : :

: : :

5.950 à : ALTA FREQUÊNCIA : ONDA DECAMÉTRICA : ONDA CURTA

21.750 Kc/s : (HF) : :

: : :

30 à : MUITO ALTA : ONDA MÉTRICA : ONDA MUITO

300 Mc/s : FREQUÊNCIA : : CURTA

: (VHF) : :

: : :

300 à : ULTRA ALTA : ONDA DECIMÉTRICA : ONDA ULTRA

3.000 Mc/s : FREQUÊNCIA : : CURTA

: (VHF) : :

-----*-----*-----*-----

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO