

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

## **PROJETO DE LEI N° 1.426, DE 1996**

Altera o art. 124 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, que institui o “Código Brasileiro de Telecomunicações.

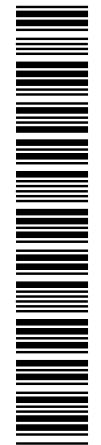
**Autor:** Deputado Elias Murad

**Relator:** Deputado Adelor Vieira

### **I - RELATÓRIO**

O Projeto de Lei nº 1.426, de 1996, de autoria do então Deputado Elias Murad, pretende alterar a redação do *caput* do art. 124 do Código Brasileiro de Telecomunicações de forma que o percentual estabelecido de 25% da programação diária, que pode ser destinado à veiculação de publicidade comercial, seja transformado num limite a ser adotado para cada hora de programação exibida pela emissora. A proposta insere no mesmo dispositivo parágrafo único que enseja incluir nesse limite o tempo destinado à venda de produtos por intermédio de telefone.

Alega o ilustre autor da matéria que a redação atual do supracitado dispositivo permite que as emissoras, principalmente as de televisão, cometam abusos, tais como a veiculação excessiva de publicidade durante a exibição de determinados programas que possuem maior audiência. Ademais, a necessidade de atender ao referido percentual, sem que haja definição do período em que esse limite deva ser respeitado, autoriza a veiculação de



B93D83D613

programas de longa duração destinados apenas à venda de produtos com claro objetivo de inserção publicitária.

Cabe à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática posicionar-se sobre o mérito da matéria, à qual não foram apresentadas emendas durante o prazo regimental.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

O Código Brasileiro de Telecomunicações, ao estabelecer limite à veiculação de publicidade pelas emissoras de radiodifusão, descurou de explicitar o período de apuração da referida obrigatoriedade, o que permite às empresas concentrarem maior parte da publicidade nos horários de maior audiência.

Tal fato seria considerado natural se não fossem observados alguns abusos, principalmente das emissoras de televisão, que interrompem programas de grande audiência a cada instante para a veiculação de propaganda comercial. Há também aquelas que veiculam programas destinados apenas à comercialização de produtos.

É razoável, portanto, a proposta do autor do projeto de lei ora em exame, que propõe a alteração da redação do art. 124 do Código Brasileiro de Telecomunicações com o objetivo de delimitar de forma mais precisa as condições de aplicação do referido dispositivo. A apuração do percentual de 25% a cada hora parece-nos bastante adequada, pois não se pode considerar razoável que, durante um programa de uma hora de duração, sejam veiculados mais do que quinze minutos de publicidade comercial.

Contudo, não se pode ignorar também o fato de que grande parte das emissoras de radiodifusão, em especial as de sons e imagens, estão



B93D83D613

vivenciando graves crises financeiras. Não é de hoje que as associações de emissoras de televisão aberta reivindicam ajuda financeira do governo por intermédio do BNDES.

Entendemos que a inclusão do parágrafo único no art. 124 da Lei nº 4.117, de 1962, pode agravar ainda mais a situação financeira dessas emissoras, na medida em que tornará menos atrativos os espaços de veiculação de publicidade por elas comercializados. Dessa forma, serão reduzidas as receitas captadas por essas emissoras, o que afetará principalmente as de menor porte, provocando a dispensa de milhares de pessoas que nelas trabalham, o que contribuirá para aumentar ainda mais as altas taxas de desemprego hoje vigentes em nosso País.

Ademais, consideramos de difícil implementação a fiscalização do cumprimento pelas emissoras do novo esquema de inserção publicitária durante a programação.

Por esses motivos, votamos pela rejeição do Projeto de Lei nº 1.426, de 1996.

Sala da Comissão, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2006.

Deputado Adelor Vieira  
Relator

