

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

### **SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI N° 29, DE 2007 (Apenas os Projetos de Lei nº 70, de 2007, nº 332, de 2007, e nº 1.908, de 2007) (Do Sr. Jorge Bittar)**

*Dispõe sobre a comunicação audiovisual social eletrônica de acesso condicionado e dá outras providências.*

#### **EMENDA SUPRESSIVA Nº**

Suprime-se o art. 20 do Substitutivo ao Projeto de Lei n.º 29, de 2007:

Art. 20 O tempo destinado à publicidade comercial em cada canal de programação não poderá exceder 10% (dez por cento) do total diário e 15% (quinze por cento) de cada hora.

#### **JUSTIFICAÇÃO**

A venda de espaço publicitário insere-se no campo da livre iniciativa, princípio fundamental estabelecido no Art. 1º, IV da Constituição Federal. Trata-se, portanto, de ação essencialmente vinculada à iniciativa das Operadoras e Programadoras, no sentido de obter receitas e, consequentemente, alavancar sua vida econômica. Tolher tais iniciativas significa afrontar o citado princípio constitucional.

Acrescente-se o fato de ter, a verba publicitária, o condão de equalizar o preço do produto final ofertado aos Assinantes, sendo certo que a limitação ao direito de vender espaço publicitário irá encarecê-lo.



Mais ainda, a publicidade também se caracteriza como informação ao consumidor sobre um determinado produto ou serviço, direito esse garantido pela Constituição Federal (Art. 5º, XIV).

Finalmente, é certo que o ramo publicitário já se submete a regulamentação eficaz, tal como se infere do Código de Auto-Regulamentação Publicitária, bem como das demais normas endereçadas àquele setor.

Sala das Comissões,        de dezembro de 2007.

**Jorginho Maluly**  
Deputado Federal – Democratas/SP

