

EMENDA Nº ...

Dispõe sobre a comunicação audiovisual eletrônica por assinatura e os serviços de telecomunicações, altera a Lei nº. 9.472, de 16 de julho de 1997, e dá outras providências.

Dê-se a seguinte redação ao Art. 19, com inclusão do parágrafo terceiro, do Substitutivo do Projeto de Lei nº 29, de 2007:

Art. 19. A publicidade comercial nos canais de programação de que trata esta Lei não poderá exceder a 12,5% (doze e meio por cento) do total diário e 15% (quinze por cento) de cada hora e não poderá ser inserida de modo a interromper a transmissão integral dos conteúdos que integrem espaço qualificado restrito.

§ 1º ...

§ 2º ...

§ 3º A publicidade comercial de que trata o caput poderá interromper a transmissão quando essa se tratar de conteúdo brasileiro.

JUSTIFICATIVA

A publicidade é a única receita da TV aberta, única forma de captar recursos para seus investimentos. **Os custos da TV aberta são pagos exclusivamente pela publicidade e jamais são repassados aos consumidores**, pois seu sinal é aberto e de distribuição livre e gratuita.

Já a TV paga tem outras fontes de arrecadação para subsidiar seus custos, e como o próprio nome diz, TV paga, paga pelos consumidores assinantes de seus serviços.

A implementação expressa de legislação sobre o tempo admitido de publicidade na TV paga é altamente benéfica ao consumidor. Primeiro porque ninguém gosta de ter seu programa, filme entre outros, interrompido pela publicidade. Segundo que, se o consumidor paga pela TV, ele já está remunerando a prestadora de serviço, não necessitando a prestadora de rendas oriundas de publicidade.

Assim, a intenção da alteração do presente artigo no Substitutivo do Projeto de Lei 29/2007, tem o condão de resguardar o consumidor da publicidade excessiva, reduzindo o percentual para 15% a cada hora. Ainda assim, este percentual permanecerá acima da metade do permitido para a radiodifusão.

Também a sugestão de inclusão do parágrafo terceiro se dá com intuito de aproveitar a publicidade para viabilizar o conteúdo nacional.

A autorização para interrupção da transmissão excepcionalmente quando for veiculado conteúdo nacional, pode servir como meio de tornar o mercado acessível ao produto audiovisual brasileiro, pois a venda de publicidade amortizará os custos para a cadeia até a distribuição final do produto, inclusive diminuindo o impacto do preço final ao consumidor.

Sala de sessões, 27 de maio de 2009

JOÃO CARLOS BACELAR
PR/BA