

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 1.884, DE 2011

(Do Sr. Benjamim Maranhão)

Dispõe sobre a obrigatoriedade de divulgação de informações, pelas emissoras de rádio e de televisão, sobre os direitos e deveres dos consumidores e fornecedores nas relações de consumo.

EMENDA MODIFICATIVA

Dê-se ao artigo 2º do projeto a seguinte redação:

Art. 2º O Poder Executivo deverá divulgar, periodicamente, por intermédio das emissoras concessionárias dos serviços de radiodifusão de sons (rádio) e de sons e imagens (televisão), informações sobre os seguintes temas:

- I – direitos e garantias dos consumidores;
- II – deveres dos fornecedores nas relações de consumo;
- III – consumo consciente e preservação do meio ambiente.

§ 1º.....

§ 2º.....

§ 3º.....

§ 4º A divulgação de que trata o caput será realizada diariamente e gratuitamente nas emissoras públicas, comunitárias e educativas, em quatro inserções de no mínimo 30 segundos e no máximo 60 segundos e, opcionalmente, mediante contratação de espaço em emissoras comerciais, sendo um intervalo no horário compreendido entre as doze horas e as treze horas e outro compreendido entre as vinte horas e as vinte e uma horas.

JUASTIFICATIVA

No Brasil, o Serviço de Radiodifusão contempla as modalidades educativa, comunitária e comercial e nos sistemas público, estatal e privado

Tendo por premissa tratar-se a radiodifusão de um serviço a ser recebido de forma aberta, livre e gratuita pelo público em geral, contam as emissoras comerciais tão somente com o tempo máximo de 25 % de sua operação diária destinado à exibição publicitária, fonte única de custeio de suas operações.

Distintamente, no sistema público e estatal as emissoras são financiadas via dotação orçamentária estadual ou federal, independentemente de resultados de audiência ou eficiência no mercado publicitário.

Já no caso de emissoras educativas e comunitárias, cabe ao pretendente à sua exploração, comprovar de antemão a existência de entidade mantenedora e condições de sustentabilidade, uma vez que não comportam, ou não deveriam comportar a prática exclusiva de veículos comerciais.

Apesar de suas condições peculiares, as emissoras de radiodifusão comerciais têm, há décadas, dado exemplos de engajamento em ações voluntárias participando e divulgando inúmeras e freqüentes campanhas de interesse público, nacionais, estaduais e municipais e proporcionando ampla cobertura jornalística, em sintonia com os interesses públicos.

Por oportuno vale mencionar que, somam-se a essas ações voluntárias um conjunto amplo de obrigações, previstas contratualmente:

- 1) destinar no mínimo de 5% (cinco por cento) do horário de sua programação diária à transmissão de serviço noticioso;
- 2) limitar ao máximo de 25% (vinte e cinco por cento) do horário de sua programação diária o tempo destinado a comerciais;
- 3) integrar gratuitamente as redes de radiodifusão, quando convocadas pela autoridade competente e irradiar, diariamente o programa a “Voz do Brasil”;
- 4) obedecer às instruções baixadas pela Justiça Eleitoral, referente à propaganda eleitoral;
- 5) irradiar, com indispensável prioridade, e a título gratuito, os avisos expedidos pela autoridade competente, em casos de perturbação da ordem pública, incêndio ou inundação, bem como os relacionados com acontecimentos imprevistos;
- 6) irradiar, diariamente, os boletins ou avisos do serviço meteorológico.

É fundamental lembrar ainda que tramitam no Congresso Nacional mais de 40 Projetos de Lei que tratam de cessão compulsória e gratuita de espaço nas emissoras, incluídas as comerciais.

Nesse sentido há que se respeitar a condição das emissoras comerciais, assim definidas legalmente, únicas objeto de licitação paga e dependentes exclusivamente do mercado publicitário para sobreviver.

Estabelecer às emissoras de radiodifusão a cessão compulsória de seu tempo significa suprimir-lhes a possibilidade de gerar receita que viabilize o seu funcionamento.

Parece-nos, portanto, razoável que a demanda de cessão de tempo gratuita recaia sobre as emissoras que independem de vendas e faturamento para sobrevivência e que no caso de emissoras comerciais seja facultado ao Poder Executivo a contratação de espaço publicitário para realização de suas campanhas.

Sala da Comissão , em 13 de setembro de 2011

Deputado José Carlos Araújo