**Pausa para o grito**

*James Cimino*

*Volume de comerciais chega a aumentar 4 vezes em relação à programação, contrariando lei; Ministério Público apura irregularidades*

O escritor e jornalista Ale Rocha, 33, já fez um livro sobre seu hábito de assistir a televisão. No entanto, foi apenas devido ao filho, João Vitor, 4, que percebeu como os intervalos comerciais são mais barulhentos do que a programação normal.

"Meu filho [quando tinha um ano de idade] dormia no meu colo quando eu via TV e sempre resmungava na hora dos comerciais. Agora uso fone de ouvido para não incomodá-lo mais."

A variação de volume entre a programação da emissora e os intervalos comerciais é contra a lei federal 10.222 de maio de 2001.

De acordo com ela, "os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens padronizarão seus sinais de áudio, de modo a que não haja, no momento da recepção, elevação injustificável de volume nos intervalos comerciais".

A punição prevista aos canais infratores é a suspensão das transmissões pelo prazo de 30 dias -90 dias em caso de reincidência.

Como a percepção sonora varia de pessoa para pessoa, a Folha pediu ao perito judicial José Gonzalez que medisse a variação de volume em 26 canais para verificar se há diferenças entre o volume das atrações e o das propagandas veiculadas.

Os dados coletados pelo perito (leia na pág. E4) demonstram que quase todos os canais variam. Alguns em até 6dB, um aumento de quase quatro vezes no volume.

Pela medição de Gonzalez, as TVs pagas apresentam a maior variação, principalmente nos canais infantis. Na TV Rá Tim Bum e no Cartoon Network, há variação de 5dB.

**LIMITES**

Entre as TVs abertas a variação é a menor: apenas 1dB. A única que não apresenta essa diferença, segundo o perito, é a Rede TV!

De acordo com o engenheiro Mitsuo Yoshimoto, do laboratório de conforto ambiental do IPT (Instituto de Pesquisas Tecnológicas), a variação de 1dB é tecnicamente pequena.

No entanto, 1dB pode ser o limiar entre o bom e o mau humor, principalmente em São Paulo, em que o barulho do trânsito ultrapassa os 55dB, limite de ruído definido pela lei do Psiu durante a noite em áreas mistas (comercial e residencial).

Para poder ouvir seu programa favorito sem essa interferência, em geral o telespectador aumenta o volume da TV alguns decibéis acima do ruído do tráfego.

Some-se a isso mais 1dB do comercial e lá estará o pequeno João Vitor resmungando enquanto o pai perde o retorno do programa, pois tira o fone e não percebe que o comercial acabou.

Já o economista Caio César Falconi Pires, 29, mora na av. Brigadeiro Luís Antônio (região central de SP) e diz que esse aumento de volume é até engraçado.

"De repente, a sala parece um mercado de peixe. Um grita da cozinha, outro responde da sala. Quando alguém nota, pergunta: "Quem deixou a TV nesse volume?'"

Formada em marketing, a blogueira Bianca Muller, 25, diz que já pegou raiva de certas marcas pelo abuso. "Se o comercial é interessante, você presta atenção independentemente do volume."

**Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 15 ago. 2010, Ilustrada, p. E1.**