



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 7.460, DE 2014

(Do Sr. Jorge Bittar e da Sra. Luciana Santos)

Altera as Leis nºs 12.232, de 29 de abril de 2010; 9.612, de 19 de fevereiro de 1998; 12.485, de 12 de setembro de 2011; 9.637, de 15 de maio de 1998; e o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, estabelecendo critérios para promover a desconcentração, pela administração pública, da contratação dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA;
TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO;
FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD) E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIACÃO:

Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que “*Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências*”; 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que “*Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências*”; 12.485, de 12 de setembro de 2011, que “*Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências*”; a Lei nº 9.637, de 15 de maio de 1998, que “*Dispõe sobre a qualificação de entidades como organizações sociais, a criação do Programa Nacional de Publicização, a extinção dos órgãos e entidades que menciona e a absorção de suas atividades por organizações sociais, e dá outras providências*”; e o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, que “*Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962*”, estabelecendo critérios para promover a desconcentração da contratação, pela administração pública, dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

Art. 2º Acrescentem-se os arts. 15-A, 15-B, 15-C e 15-D à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com a seguinte redação:

“Art. 15-A. Os órgãos dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário federais, as pessoas jurídicas da administração federal indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União deverão destinar, dos recursos alocados para serviços de publicidade, pelo menos trinta por cento para a contratação de agências de propaganda sediadas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

Parágrafo único. Para efeito do cumprimento do disposto neste artigo, as agências de publicidade deverão produzir as peças e projetos, promover as ações e veicular as campanhas publicitárias nas regiões onde estiverem sediadas, na forma da regulamentação.

Art. 15-B. Os órgãos dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas jurídicas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela

União, Estados, Distrito Federal e Municípios deverão destinar, dos recursos alocados para serviços de publicidade, pelo menos trinta por cento para a contratação de agências de propaganda enquadradas como microempresas ou empresas de pequeno porte, assim entendidas como aquelas definidas nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, que “Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999”.

Parágrafo único. Para os recursos destinados para a contratação de agências de propaganda por órgãos, pessoas jurídicas e entidades da esfera federal, o percentual de que trata o caput deverá ser cumprido em cada uma das cinco regiões geográficas do País.

Art. 15-C. Os órgãos dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas jurídicas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios deverão destinar, dos recursos alocados para serviços de publicidade, pelo menos trinta por cento para o desenvolvimento de mídias alternativas, na forma da regulamentação.

§ 1º Para os efeitos deste artigo, considera-se mídia alternativa:

I – as prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária, de que trata a Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998;

II – as emissoras de radiodifusão com fins exclusivamente educativos, de que trata o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967;

III – as emissoras de radiodifusão de caráter privado enquadradas como microempresas ou empresas de pequeno

porte, assim entendidas como aquelas definidas nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006;

IV – os sítios e provedores de conteúdo para a internet enquadrados como microempresas ou empresas de pequeno porte, assim entendidas como aquelas definidas nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006; e

V – os canais comunitários do Serviço de Acesso Condicionado, de que trata a Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, e do Serviço de TV a cabo, de que trata a Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995.

§ 2º O instrumento de que trata este artigo deverá ser implementado mediante a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, as quais deverão proceder à compra de espaço ou tempo publicitário dos veículos de que trata o § 1º.

Art. 15-D. No cumprimento do disposto nos artigos 15-A, 15-B e 15-C, a administração pública deverá buscar atender aos seguintes objetivos:

I – desconcentrar a contratação, pela administração pública, dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda;

II – reduzir as desigualdades regionais no acesso aos recursos públicos destinados à contratação de serviços de publicidade;

III – estimular o crescimento do mercado publicitário nos Estados da Federação em que o setor ainda não estiver suficientemente desenvolvido;

IV – fomentar o desenvolvimento das mídias alternativas;
e

V – ampliar o alcance e tornar mais efetivas a publicidade institucional e a divulgação de campanhas de utilidade pública.” (NR)

Art. 3º Dê-se ao parágrafo único do art. 16 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, a seguinte redação:

“Art. 16.

*Parágrafo único. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação, **devendo ser fornecido meio técnico que permita aferir o cumprimento do que determinam os arts. 15-A, 15-B e 15-C.***” (NR)

Art. 4º Acrescente-se o art. 17-A à Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, com a seguinte redação:

“Art. 18-A. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão comercializar espaço ou tempo publicitário para agências de propagandas contratadas pela administração pública para promover publicidade institucional e campanhas de utilidade pública”. (NR)

Art. 5º Dê-se ao § 5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, a seguinte redação:

“Art. 32.

*§ 5º Os canais previstos nos incisos II a XI deste artigo não terão caráter privado, sendo vedadas a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos, assim como a transmissão de publicidade comercial, ressalvados os casos de patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural **e de comercialização de espaço ou tempo publicitário para agências de propagandas contratadas pela administração pública para promover publicidade institucional ou campanhas de utilidade pública.***

.....” (NR)

Art. 6º Adite-se o § 10 ao art. 23 da Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, com a seguinte redação:

“Art. 23.

.....

§ 10. O canal comunitário de que trata a alínea 'g' do inciso I do caput deste artigo não terá caráter privado, sendo vedadas a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos, assim como a transmissão de publicidade comercial, ressalvados os casos de patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural e de comercialização de espaço ou tempo publicitário para agências de propagandas contratadas pela administração pública para promover publicidade institucional ou campanhas de utilidade pública.” (NR)

Art. 7º Dê-se ao art. 13 do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, a seguinte redação:

“Art. 13. A **radiodifusão** educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates.

Parágrafo único. A **radiodifusão** educativa não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos, **ressalvada a comercialização de espaço ou tempo publicitário para agências de propagandas contratadas pela administração pública para promover publicidade institucional ou campanhas de utilidade pública.**” (NR)

Art. 8º Dê-se ao art. 19 da Lei nº 9.637, de 15 de maio de 1998, a seguinte redação:

“Art. 19. As entidades que absorverem atividades de rádio e televisão educativa poderão:

I – receber recursos e veicular publicidade institucional de entidades de direito público ou privado, a título de apoio cultural, admitindo-se o patrocínio de programas, eventos e projetos, vedada a veiculação remunerada de anúncios e

outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos; e

II – comercializar espaço ou tempo publicitário para agências de propagandas contratadas pela administração pública para promover publicidade institucional ou campanhas de utilidade pública.” (NR)

Art. 9º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A desconcentração da distribuição das verbas de publicidade institucional dos órgãos e entidades da administração pública tem sido objeto de intenso debate entre os especialistas do setor de mídia. Segundo dados divulgados pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em 2012, as emissoras de televisão receberam 62,63% dos recursos publicitários do Governo Federal, ao passo que os veículos de internet foram contemplados com apenas 5,32% dessas verbas.

Esse assunto foi amplamente discutido pela *Subcomissão Especial destinada a analisar formas de financiamento de mídia alternativa*, cujo relatório foi aprovado em novembro de 2013 pela Comissão de Ciência e Tecnologia da Câmara dos Deputados. O documento aponta evidências inequívocas de que o mercado de comunicação no Brasil se comporta tipicamente como um oligopólio, reafirmando-se, assim, a importância do Estado como agente indutor do crescimento e surgimento de novos empreendimentos da mídia, em alternativa à centralização que observamos hoje. Nesse sentido, o relatório propõe o estabelecimento de *“critérios de distribuição de publicidade oficial que combinem eficácia do investimento e promoção da diversidade informativa”*.

Em reconhecimento a esse cenário de concentração, desde 2003, o Poder Executivo vem implementando uma nova política de gestão de contratação de mídia, fundada em duas diretrizes básicas: a descentralização e a regionalização das ações de comunicação oficial. Essa estratégia tornou-se mais efetiva a partir de 2009, com a criação de um cadastro nacional de veículos habilitados a receber recursos de publicidade institucional. Em 2013, o cadastro já possuía nove mil veículos listados, alcançando os municípios com população superior a cinco mil habitantes.

Não obstante o inegável esforço que vem sendo empreendido pelo Governo Federal para democratizar o acesso às verbas oficiais de publicidade, a elevada concentração que ainda persiste no mercado brasileiro demanda a adoção de ações complementares. Em primeiro lugar, é necessário assegurar que, no processo de contratação de agências de publicidade pela administração pública, sejam dadas mais oportunidades para as microempresas e empresas de pequeno porte. Além disso, é essencial que a distribuição desses recursos se dê de forma menos desigual entre as diferentes regiões geográficas do País, haja vista a alta concentração de veículos de mídia no Centro-Sul do Brasil.

É igualmente necessário que uma parcela mais significativa dessas verbas seja destinada às chamadas mídias alternativas – as rádios comunitárias, emissoras educativas, canais comunitários de TV por assinatura, pequenas emissoras de radiodifusão e provedores de conteúdo na internet de pequeno porte. A ausência de uma política pública específica para estimular o desenvolvimento desse segmento, aliada a restrições da legislação em vigor, dificultam ou até mesmo bloqueiam o acesso desses veículos às verbas institucionais. Essa situação, além de criar obstáculos à sustentabilidade dessas empresas, também impede o desenvolvimento de toda uma cadeia produtiva de pequenas mídias, como assessorias de imprensa, produtoras de vídeo e demais veículos de porte reduzido, não vinculados aos grandes conglomerados da mídia.

Por esse motivo, inspirados nas propostas da Subcomissão de Mídia Alternativa e nas sugestões apresentadas pela Altercom¹ em audiência pública realizada pela Comissão de Ciência e Tecnologia em dezembro de 2012, elaboramos o presente projeto com o objetivo de instituir novos instrumentos de estímulo à desconcentração das verbas destinadas à publicidade oficial nas esferas federal, estadual, distrital e municipal.

Nesse sentido, propomos que pelo menos trinta por cento desses recursos (o que corresponde, no âmbito federal, a cerca de 540 milhões de reais por ano) sejam destinados para a contratação de agências de propaganda enquadradas como microempresas e empresas de pequeno porte. Para as verbas da União, em especial, determinamos que essa obrigação seja cumprida em cada das cinco regiões geográficas do País, de modo a assegurar que a desconcentração de recursos em favor das pequenas agências se dê em todas as macrorregiões

¹ Associação Brasileira de Empresas e Empreendedores da Comunicação.

brasileiras. Ainda em relação aos recursos federais de publicidade, estabelecemos que pelo menos trinta por cento dessas verbas sejam endereçadas a agências sediadas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Além disso, determinamos que o mesmo percentual mínimo seja destinado para fomentar o desenvolvimento das mídias alternativas.

Por fim, propomos a alteração das Leis nº 9.612/98, 9.637/98 e 12.485/11, e do Decreto-Lei nº 236/67, com o intuito de permitir que as rádios comunitárias, os canais comunitários de TV por assinatura e as emissoras educativas possam pleitear acesso às verbas publicitárias oficiais.

A proposta de desconcentração dos recursos institucionais de publicidade em favor das empresas de mídia de pequeno porte encontra paralelo em outros segmentos da economia. A título de ilustração, no setor educacional, a Lei nº 11.947/09 determina que, na aquisição de alimentos para a merenda escolar, *“Do total dos recursos financeiros repassados pelo FNDE, no âmbito do PNAE, no mínimo 30% (trinta por cento) deverão ser utilizados na aquisição de gêneros alimentícios diretamente da agricultura familiar e do empreendedor familiar rural ou de suas organizações, priorizando-se os assentamentos da reforma agrária, as comunidades tradicionais indígenas e comunidades quilombolas”*.

No que diz respeito à desconcentração regional, por sua vez, também identificamos no ordenamento jurídico brasileiro dispositivos similares aos estabelecidos pelo projeto. Na indústria de produção de conteúdos audiovisuais, por exemplo, pelo menos trinta por cento dos recursos adicionados ao Fundo Setorial do Audiovisual pela Lei nº 12.485/11 devem ser destinados a produtoras brasileiras estabelecidas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Em complemento, no mínimo, dez por cento desses recursos devem ser utilizados para fomentar a *“produção de conteúdo audiovisual independente veiculado primeiramente nos canais comunitários, universitários e de programadoras brasileiras independentes”*.

Por derradeiro, entendemos que o texto proposto, além de manter coerência com a atual política de desconcentração das verbas publicitárias oficiais, também está em consonância com os princípios constitucionais da promoção da redução das desigualdades regionais e do estabelecimento de tratamento diferenciado e favorecido para as microempresas e empresas de pequeno porte. Portanto, temos a expectativa de que, por meio das ações

propostas, esta Casa possa dar uma contribuição efetiva para a criação de um ambiente mais plural e democrático no mercado de comunicação social.

Considerando a argumentação elencada, esperamos contar com o apoio dos ilustres Pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 24 de abril de 2014.

Deputado JORGE BITTAR

Deputada LUCIANA SANTOS

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

CAPÍTULO III

DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DA SUA EXECUÇÃO

.....

Art. 15. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

Parágrafo único. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

Parágrafo único. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

Art. 17. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

CAPÍTULO IV DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 18. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no parágrafo único do art. 15 desta Lei.

§ 1º A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no caput deste artigo, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

§ 2º As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

§ 3º O desrespeito ao disposto no § 2º deste artigo constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006

*(Republicada no DOU de 6/3/2012 em atendimento ao disposto no art. 5º da
Lei Complementar nº 139, de 10 de novembro de 2011)*

Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA,

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei Complementar:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei Complementar estabelece normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, especialmente no que se refere:

I - à apuração e recolhimento dos impostos e contribuições da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, mediante regime único de arrecadação, inclusive obrigações acessórias;

II - ao cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias, inclusive obrigações acessórias;

III - ao acesso a crédito e ao mercado, inclusive quanto à preferência nas aquisições de bens e serviços pelos Poderes Públicos, à tecnologia, ao associativismo e às regras de inclusão.

§ 1º Cabe ao Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN) apreciar a necessidade de revisão, a partir de 1º de janeiro de 2015, dos valores expressos em moeda nesta Lei Complementar.

§ 2º (VETADO)

Art. 2º O tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte de que trata o art. 1º desta Lei Complementar será gerido pelas instâncias a seguir especificadas:

I - Comitê Gestor do Simples Nacional, vinculado ao Ministério da Fazenda, composto por 4 (quatro) representantes da Secretaria da Receita Federal do Brasil, como representantes da União, 2 (dois) dos Estados e do Distrito Federal e 2 (dois) dos Municípios, para tratar dos aspectos tributários; e

II - Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, com a participação dos órgãos federais competentes e das entidades vinculadas ao setor, para tratar dos demais aspectos, ressalvado o disposto no inciso III do *caput* deste artigo;

III - Comitê para Gestão da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios, vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, composto por representantes da União, dos Estados e do Distrito Federal, dos Municípios e demais órgãos de apoio e de registro empresarial, na forma definida pelo Poder Executivo, para tratar do processo de registro e de legalização de empresários e de pessoas jurídicas.

§ 1º Os Comitês de que tratam os incisos I e III do *caput* deste artigo serão presididos e coordenados por representantes da União.

§ 2º Os representantes dos Estados e do Distrito Federal nos Comitês referidos nos incisos I e III do *caput* deste artigo serão indicados pelo Conselho Nacional de Política Fazendária - CONFAZ e os dos Municípios serão indicados, um pela entidade representativa das Secretarias de Finanças das Capitais e outro pelas entidades de representação nacional dos Municípios brasileiros.

§ 3º As entidades de representação referidas no inciso III do *caput* e no § 2º deste artigo serão aquelas regularmente constituídas há pelo menos 1 (um) ano antes da publicação desta Lei Complementar.

§ 4º Os Comitês de que tratam os incisos I e III do *caput* deste artigo elaborarão seus regimentos internos mediante resolução.

§ 5º O Fórum referido no inciso II do *caput* deste artigo tem por finalidade orientar e assessorar a formulação e coordenação da política nacional de desenvolvimento das microempresas e empresas de pequeno porte, bem como acompanhar e avaliar a sua implantação, sendo presidido e coordenado pela Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República. [\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.792, de 28/3/2013\)](#)

§ 6º Ao Comitê de que trata o inciso I do *caput* deste artigo compete regulamentar a opção, exclusão, tributação, fiscalização, arrecadação, cobrança, dívida ativa, recolhimento e demais itens relativos ao regime de que trata o art. 12 desta Lei Complementar, observadas as demais disposições desta Lei Complementar.

§ 7º Ao Comitê de que trata o inciso III do *caput* deste artigo compete, na forma da lei, regulamentar a inscrição, cadastro, abertura, alvará, arquivamento, licenças, permissão, autorização, registros e demais itens relativos à abertura, legalização e funcionamento de empresários e de pessoas jurídicas de qualquer porte, atividade econômica ou composição societária.

§ 8º Os membros dos Comitês de que tratam os incisos I e III do *caput* deste artigo serão designados, respectivamente, pelos Ministros de Estado da Fazenda e do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, mediante indicação dos órgãos e entidades vinculados.

LEI Nº 9.612, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998

Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 17. As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária cumprirão tempo mínimo de operação diária a ser fixado na regulamentação desta Lei.

Art. 18. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.

Art. 19. É vedada a cessão ou arrendamento da emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária ou de horários de sua programação.

DECRETO-LEI Nº 236, DE 28 DE FEVEREIRO DE 1967

Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA , usando da atribuição que lhe confere o artigo 9º, § 2º, do Ato Institucional nº 4, de 7 de dezembro de 1966,

DECRETA:

Art. 13. A televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates.

Parágrafo único. A televisão educativa não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos.

Art. 14. Sómente poderão executar serviço de televisão educativa:

- a) a União;
- b) os Estados, Territórios e Municípios;
- c) as Universidades Brasileiras;
- d) as Fundações constituídas no Brasil, cujos Estatutos não contrariem o Código Brasileiro de Telecomunicações.

§ 1º As Universidades e Fundações deverão, comprovadamente possuir recursos próprios para o empreendimento.

§ 2º A outorga de canais para a televisão educativa não dependerá da publicação do edital previsto do artigo 34 do Código Brasileiro de Telecomunicações.

LEI Nº 12.485, DE 12 DE SETEMBRO DE 2011

Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO VII DA DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO PELAS PRESTADORAS

DO SERVIÇO DE ACESSO CONDICIONADO

Art. 32. A prestadora do serviço de acesso condicionado, em sua área de prestação, independentemente de tecnologia de distribuição empregada, deverá tornar disponíveis, sem quaisquer ônus ou custos adicionais para seus assinantes, em todos os pacotes ofertados, canais de programação de distribuição obrigatória para as seguintes destinações:

I - canais destinados à distribuição integral e simultânea, sem inserção de qualquer informação, do sinal aberto e não codificado, transmitido em tecnologia analógica pelas geradoras locais de radiodifusão de sons e imagens, em qualquer faixa de frequências, nos limites territoriais da área de cobertura da concessão;

II - um canal reservado para a Câmara dos Deputados, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

III - um canal reservado para o Senado Federal, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

IV - um canal reservado ao Supremo Tribunal Federal, para a divulgação dos atos do Poder Judiciário e dos serviços essenciais à Justiça;

V - um canal reservado para a prestação de serviços de radiodifusão pública pelo Poder Executivo, a ser utilizado como instrumento de universalização dos direitos à informação, à comunicação, à educação e à cultura, bem como dos outros direitos humanos e sociais;

VI - um canal reservado para a emissora oficial do Poder Executivo;

VII - um canal educativo e cultural, organizado pelo Governo Federal e destinado para o desenvolvimento e aprimoramento, entre outros, do ensino a distância de alunos e capacitação de professores, assim como para a transmissão de produções culturais e programas regionais;

VIII - um canal comunitário para utilização livre e compartilhada por entidades não governamentais e sem fins lucrativos;

IX - um canal de cidadania, organizado pelo Governo Federal e destinado para a transmissão de programações das comunidades locais, para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos dos poderes públicos federal, estadual e municipal;

X - um canal legislativo municipal/estadual, reservado para o uso compartilhado entre as Câmaras de Vereadores localizadas nos Municípios da área de prestação do serviço e a Assembleia Legislativa do respectivo Estado ou para uso da Câmara Legislativa do Distrito Federal, destinado para a divulgação dos trabalhos parlamentares, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

XI - um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as instituições de ensino superior localizadas no Município ou Municípios da área de prestação do serviço, devendo a reserva atender a seguinte ordem de precedência:

a) universidades;

b) centros universitários;

c) demais instituições de ensino superior.

§ 1º A programação dos canais previstos nos incisos II e III deste artigo poderá ser apresentada em um só canal, se assim o decidir a Mesa do Congresso Nacional.

§ 2º A cessão às distribuidoras das programações das geradoras de que trata o inciso I deste artigo será feita a título gratuito e obrigatório.

§ 3º A distribuidora do serviço de acesso condicionado não terá responsabilidade sobre o conteúdo da programação veiculada nos canais previstos neste artigo nem estará obrigada a fornecer infraestrutura para as atividades de produção, programação ou empacotamento.

§ 4º As programadoras dos canais de que tratam os incisos II a XI deste artigo deverão viabilizar, a suas expensas, a entrega dos sinais dos canais nas instalações indicadas pelas distribuidoras, nos termos e condições técnicas estabelecidos pela Anatel.

§ 5º Os canais previstos nos incisos II a XI deste artigo não terão caráter privado, sendo vedadas a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos, assim como a transmissão de publicidade comercial, ressalvados os casos de patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural.

§ 6º Os canais de que trata este artigo deverão ser ofertados em bloco e em ordem numérica virtual sequencial, sendo vedado intercalá-los com outros canais de programações, respeitada a ordem de alocação dos canais no serviço de radiodifusão de sons e imagens, inclusive em tecnologia digital, de cada localidade.

§ 7º Em caso de inviabilidade técnica ou econômica, o interessado estará desobrigado do cumprimento do disposto no § 6º deste artigo e deverá comunicar o fato à Anatel, que deverá ou não aquiescer no prazo de 90 (noventa) dias do comunicado, sob pena de aceitação tácita mediante postura silente em função de decurso de prazo.

§ 8º Em casos de inviabilidade técnica ou econômica comprovada, a Anatel determinará a não obrigatoriedade da distribuição de parte ou da totalidade dos canais de que trata este artigo nos meios de distribuição considerados inapropriados para o transporte desses canais em parte ou na totalidade das localidades servidas pela distribuidora.

§ 9º Na hipótese da determinação da não obrigatoriedade da distribuição de parte dos canais de que trata este artigo, a Anatel disporá sobre quais canais de programação deverão ser ofertados pelas distribuidoras aos usuários, observando-se a isonomia entre os canais de que trata o inciso I deste artigo de uma mesma localidade, priorizando após as geradoras locais de conteúdo nacional ao menos um canal religioso em cada localidade, caso existente, na data da promulgação desta Lei.

§ 10. Ao distribuir os canais de que trata este artigo, a prestadora do serviço de acesso condicionado não poderá efetuar alterações de qualquer natureza nas programações desses canais.

§ 11. O disposto neste artigo não se aplica aos distribuidores que ofertarem apenas modalidades avulsas de conteúdo.

§ 12. A geradora local de radiodifusão de sons e imagens de caráter privado poderá, a seu critério, ofertar sua programação transmitida com tecnologia digital para as distribuidoras de forma isonômica e não discriminatória, nas condições comerciais pactuadas entre as partes e nos termos técnicos estabelecidos pela Anatel, ficando, na hipótese de pactuação, facultada à prestadora do serviço de acesso condicionado a descontinuidade da transmissão da programação com tecnologia analógica prevista no inciso I deste artigo.

§ 13. Caso não seja alcançado acordo quanto às condições comerciais de que trata o § 12, a geradora local de radiodifusão de sons e imagens de caráter privado poderá, a seu critério, exigir que sua programação transmitida com tecnologia digital seja distribuída gratuitamente na área de prestação do serviço de acesso condicionado, desde que a tecnologia de transmissão empregada pelo distribuidor e de recepção disponível pelo assinante assim o permitam, de acordo com critérios estabelecidos em regulamentação da Anatel.

§ 14. Na hipótese de que trata o § 13, a cessão da programação em tecnologia digital não ensejará pagamento por parte da distribuidora, que ficará desobrigada de ofertar aos assinantes a programação em tecnologia analógica.

§ 15. Equiparam-se às geradoras de que trata o inciso I deste artigo as retransmissoras habilitadas a operar em regiões de fronteira de desenvolvimento do País que realizarem inserções locais de programação e publicidade, inclusive as que operarem na Amazônia Legal.

§ 16. É facultado à geradora de radiodifusão que integre rede nacional proibir que seu sinal seja distribuído mediante serviço de acesso condicionado fora dos limites territoriais de sua área de concessão, bem como vedar que o sinal de outra geradora integrante da mesma rede seja distribuído mediante serviço de acesso condicionado nos limites territoriais alcançados pela transmissão de seus sinais via radiodifusão.

§ 17. Na distribuição dos canais de que trata este artigo, deverão ser observados os critérios de qualidade técnica estabelecidos pela Anatel, sendo que, para os canais de que trata o inciso I, é de exclusiva responsabilidade da prestadora do serviço de acesso condicionado a recepção do sinal das geradoras para sua distribuição aos assinantes.

§ 18. A Anatel regulamentará os critérios de compartilhamento do canal de que trata o inciso XI entre entidades de uma mesma área de prestação de serviço.

§ 19. A programação dos canais previstos nos incisos VIII e IX deste artigo poderá ser apresentada em um só canal, se assim o decidirem os responsáveis por esses canais.

§ 20. A dispensa da obrigação de distribuição de canais nos casos previstos no § 8º deverá ser solicitada pela interessada à Anatel, que deverá se manifestar no prazo de 90 (noventa) dias do recebimento da solicitação, sob pena de aceitação tácita mediante postura silente em função de decurso de prazo.

§ 21. Nas localidades onde não houver concessão para exploração do serviço de radiodifusão de sons e imagens, caso o sinal de geradora ou retransmissora de radiodifusão de sons e imagens em tecnologia analógica alcance os limites territoriais dessa localidade, a distribuidora deverá distribuir esse sinal, vedada a distribuição de programação coincidente e observado o disposto nos §§ 7º a 9º e 16.

CAPÍTULO VIII DOS ASSINANTES DO SERVIÇO DE ACESSO CONDICIONADO

Art. 33. São direitos do assinante do serviço de acesso condicionado, sem prejuízo do disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e nas demais normas aplicáveis às relações de consumo e aos serviços de telecomunicações:

- I - conhecer, previamente, o tipo de programação a ser exibida;
- II - contratar com a distribuidora do serviço de acesso condicionado os serviços de instalação e manutenção dos equipamentos necessários à recepção dos sinais;
- III - (VETADO);
- IV - relacionar-se apenas com a prestadora do serviço de acesso condicionado da qual é assinante;
- V - receber cópia impressa ou em meio eletrônico dos contratos assim que formalizados;

VI - ter a opção de contratar exclusivamente, de forma onerosa, os canais de distribuição obrigatória de que trata o art. 32.

.....

.....

LEI Nº 8.977, DE 6 DE JANEIRO DE 1995

Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

CAPÍTULO V DA OPERAÇÃO DO SERVIÇO

Art. 23. A operadora de TV a Cabo, na sua área de prestação do serviço, deverá tornar disponíveis canais para as seguintes destinações:

I - Canais Básicos de Utilização Gratuita:

a) canais destinados à distribuição obrigatória, integral e simultânea, sem inserção de qualquer informação, da programação das emissoras geradoras locais de radiodifusão de sons e imagens, em VHF ou UHF, abertos e não codificados, cujo sinal alcance a área do serviço de TV a Cabo e apresente nível técnico adequado, conforme padrões estabelecidos pelo Poder Executivo;

b) um canal legislativo municipal/estadual, reservado para o uso compartilhado entre as Câmaras de Vereadores localizadas nos municípios da área de prestação do serviço e a Assembléia Legislativa do respectivo Estado, sendo o canal voltado para a documentação dos trabalhos parlamentares, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

c) um canal reservado para a Câmara dos Deputados, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

d) um canal reservado para o Senado Federal, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

e) um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço;

f) um canal educativo-cultural, reservado para utilização pelos órgãos que tratam de educação e cultura no governo federal e nos governos estadual e municipal com jurisdição sobre a área de prestação do serviço;

g) um canal comunitário aberto para utilização livre por entidades não governamentais e sem fins lucrativos;

h) um canal reservado ao Supremo Tribunal Federal, para a divulgação dos atos do Poder Judiciário e dos serviços essenciais à Justiça; ([*Alínea acrescida pela Lei nº 10.461, de 17.5.2002*](#))

II - Canais destinados à Prestação Eventual de Serviço;

III - Canais destinados à Prestação Permanente de Serviços.

§ 1º A programação dos canais previstos nas alíneas c e d do inciso I deste artigo poderá ser apresentada em um só canal, se assim o decidir a Mesa do Congresso Nacional.

§ 2º Nos períodos em que a programação dos canais previstos no inciso I deste artigo não estiver ativa, poderão ser programadas utilizações livres por entidades sem fins lucrativos e não governamentais localizadas nos municípios da área de prestação do serviço.

§ 3º As condições de recepção e distribuição dos sinais dos canais básicos, previstos no inciso I deste artigo, serão regulamentadas pelo Poder Executivo.

§ 4º As geradoras locais de TV poderão, eventualmente, restringir a distribuição dos seus sinais, prevista na alínea *a* do inciso I deste artigo, mediante notificação judicial, desde que ocorra justificado motivo e enquanto persistir a causa.

§ 5º Simultaneamente à restrição do parágrafo anterior, a geradora local deverá informar ao Poder Executivo as razões da restrição, para as providências de direito, cabendo apresentação de recurso pela operadora.

§ 6º O Poder Executivo estabelecerá normas sobre a utilização dos canais previstos nos incisos II e III deste artigo, sendo que:

I - serão garantidos dois canais para as funções previstas no inciso II;

II - trinta por cento dos canais tecnicamente disponíveis serão utilizados para as funções previstas no inciso III, com programação de pessoas jurídicas não afiliadas ou não coligadas à operadora de TV a Cabo.

§ 7º Os preços e as condições de remuneração das operadoras, referentes aos serviços previstos nos incisos II e III, deverão ser compatíveis com as práticas usuais de mercado e com os custos de operação, de modo a atender as finalidades a que se destinam.

§ 8º A operadora de TV a Cabo não terá responsabilidade alguma sobre o conteúdo da programação veiculada nos canais referidos nos incisos I, II e III deste artigo, nem estará obrigada a fornecer infra-estrutura para a produção dos programas.

§ 9º O Poder Executivo normatizará os critérios técnicos e as condições de uso nos canais previstos nas alíneas *a* a *g* deste artigo.

Art. 24. Excluídos os canais referidos nos incisos I, II e III do art. 23, os demais canais serão contratados livremente pela operadora de TV a Cabo à empacotadora ou programadora de sua escolha. [*\(Artigo com redação dada pela Lei nº 12.485, de 12/9/2011\)*](#)

.....

.....

LEI Nº 9.637, DE 15 DE MAIO DE 1998

Dispõe sobre a qualificação de entidades como organizações sociais, a criação do Programa Nacional de Publicização, a extinção dos órgãos e entidades que menciona e a absorção de suas atividades por organizações sociais, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

CAPÍTULO II DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

.....

Art. 19. As entidades que absorverem atividades de rádio e televisão educativa poderão receber recursos e veicular publicidade institucional de entidades de direito público ou privado, a título de apoio cultural, admitindo-se o patrocínio de programas, eventos e projetos, vedada a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos.

Art. 20. Será criado, mediante decreto do Poder Executivo, o Programa Nacional de Publicização - PNP, com o objetivo de estabelecer diretrizes e critérios para a qualificação de organizações sociais, a fim de assegurar a absorção de atividades desenvolvidas por entidades ou órgãos públicos da União, que atuem nas atividades referidas no art. 1º, por organizações sociais, qualificadas na forma desta Lei, observadas as seguintes diretrizes:

- I - ênfase no atendimento do cidadão-cliente;
 - II - ênfase nos resultados, qualitativos e quantitativos nos prazos pactuados;
 - III - controle social das ações de forma transparente.
-
-

LEI Nº 11.947, DE 16 DE JUNHO DE 2009

Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica; altera as Leis nºs 10.880, de 9 de junho de 2004, 11.273, de 6 de fevereiro de 2006, 11.507, de 20 de julho de 2007; revoga dispositivos da Medida Provisória nº 2.178-36, de 24 de agosto de 2001, e a Lei nº 8.913, de 12 de julho de 1994; e dá outras providências.

O VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no exercício do cargo de **PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Para os efeitos desta Lei, entende-se por alimentação escolar todo alimento oferecido no ambiente escolar, independentemente de sua origem, durante o período letivo.

Art. 2º São diretrizes da alimentação escolar:

I - o emprego da alimentação saudável e adequada, compreendendo o uso de alimentos variados, seguros, que respeitem a cultura, as tradições e os hábitos alimentares saudáveis, contribuindo para o crescimento e o desenvolvimento dos alunos e para a melhoria do rendimento escolar, em conformidade com a sua faixa etária e seu estado de saúde, inclusive dos que necessitam de atenção específica;

II - a inclusão da educação alimentar e nutricional no processo de ensino e aprendizagem, que perpassa pelo currículo escolar, abordando o tema alimentação e nutrição e o desenvolvimento de práticas saudáveis de vida, na perspectiva da segurança alimentar e nutricional;

III - a universalidade do atendimento aos alunos matriculados na rede pública de educação básica;

IV - a participação da comunidade no controle social, no acompanhamento das ações realizadas pelos Estados, pelo Distrito Federal e pelos Municípios para garantir a oferta da alimentação escolar saudável e adequada;

V - o apoio ao desenvolvimento sustentável, com incentivos para a aquisição de gêneros alimentícios diversificados, produzidos em âmbito local e preferencialmente pela agricultura familiar e pelos empreendedores familiares rurais, priorizando as comunidades tradicionais indígenas e de remanescentes de quilombos;

VI - o direito à alimentação escolar, visando a garantir segurança alimentar e nutricional dos alunos, com acesso de forma igualitária, respeitando as diferenças biológicas entre idades e condições de saúde dos alunos que necessitem de atenção específica e aqueles que se encontram em vulnerabilidade social.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
