

PROJETO DE LEI Nº , DE 2015

(Do Sr. ROGÉRIO MARINHO)

Modifica as Leis nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, e nº 12.232, de 29 de abril de 2010, destinando parcela das verbas de publicidade institucional da Administração Pública Direta e Indireta para as emissoras de radiodifusão comunitária.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei modifica as Leis nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que “*Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências*”, e 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*”, destinando parcela das verbas de publicidade institucional da Administração Pública Direta e Indireta para as emissoras de radiodifusão comunitária.

Art. 2º Adite à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, o seguinte art. 16-A:

“Art. 16-A. 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 alocar, dos recursos destinados para serviços de publicidade, pelo menos vinte por cento para as emissoras autorizadas a prestar o Serviço de Radiodifusão Comunitária.”

§ 1º Os recursos deverão ser alocados mediante contratação dos serviços de publicidade prestados por agências de propaganda, a quem caberá proceder à compra de espaço das grades horárias das emissoras

comunitárias para a veiculação de publicidade institucional dos órgãos, pessoas jurídicas e entidades de que trata o caput.

§ 2º O órgão, pessoa jurídica ou entidade deverá dar ampla divulgação, inclusive na internet, das emissoras contempladas e do montante alocado para cada uma delas.” (NR)

Art. 3º Adite-se o seguinte parágrafo único ao art. 18 da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998:

“Art. 18.

.....

Parágrafo único. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão comercializar espaço das suas grades horárias para agências de propagandas contratadas por órgãos dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, pessoas jurídicas da administração indireta e entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, para a veiculação de publicidade institucional”. (NR)

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Estudo divulgado em 2012 pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República aponta uma crescente concentração na destinação das verbas de publicidade institucional da Administração Pública Federal. Em 2000, no governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso, as emissoras de televisão aberta receberam 54,5% desses recursos, enquanto que, em 2012, essa participação cresceu para 62,63%, apesar da queda de audiência das TVs registrada no mesmo período.

No polo oposto dessa cadeia, encontram-se as rádios comunitárias, que nem mesmo constam do cadastro de entidades habilitadas pela Secretaria a receber recursos a título de publicidade institucional. Esse tratamento discriminatório torna-se ainda mais preocupante em razão da crise

de sustentabilidade sem precedentes que atinge hoje o setor, causada, entre outros fatores, pela escalada dos custos de operação. Estima-se que, hoje, para manter uma rádio comunitária em funcionamento, são necessários recursos da ordem de cento e cinquenta mil reais por ano.

Evidentemente, esse patamar é inatingível para a maioria das emissoras, sobretudo no interior do País, o que representa uma clara ameaça à sobrevivência do segmento. Descapitalizadas, não raro essas instituições são obrigadas a se submeter ao jugo de interesses estranhos aos princípios que justificaram a criação do serviço, tornando-se reféns de grupos políticos, empresariais ou de lideranças que se utilizam da fragilidade econômica da entidade para impor suas agendas.

Por esse motivo, elaboramos o presente projeto com o objetivo de destinar pelo menos vinte por cento das verbas de publicidade institucional da Administração Direta e Indireta para o setor de radiodifusão comunitária. Determinamos ainda que a estratégia de repasse desses recursos obedeça ao modelo que se encontra hoje em vigência, ou seja, mediante a contratação de agências de publicidade que se encarregam da compra de espaço da grade horária das emissoras. Para assegurar a transparência desses repasses, o projeto também estabelece que o Poder Público dê ampla divulgação das emissoras contempladas e do montante alocado para cada uma delas, de modo a inibir eventuais tratamentos discriminatórios e favorecimentos indevidos e facilitar a fiscalização do cumprimento do disposto na proposição.

Em nível federal, essas medidas garantirão a destinação de mais de trezentos e cinquenta milhões de reais por ano para as mais de quatro mil e seiscentas rádios comunitárias em operação no Brasil. Em termos práticos, representarão, em média, o repasse de cerca de oitenta mil reais para cada emissora, recursos que, somados às verbas advindas da publicidade institucional de órgãos e entidades da Administração estadual e municipal, certamente contribuirão para dar a necessária sustentabilidade para o setor.

A política pública estabelecida pelo projeto, ao mesmo tempo em que democratiza o acesso às verbas oficiais de publicidade, em favor da diversidade informativa e da integração comunitária, também estimula o desenvolvimento de toda uma cadeia produtiva de pequenas mídias, desconcentrando recursos dos grandes centros para as pequenas localidades.

Levando em conta, portanto, o alcance social das medidas propostas, contamos com o apoio dos Parlamentares desta Casa para a aprovação do presente projeto.

Sala das Sessões, em de de 2015.

Deputado ROGÉRIO MARINHO