

## **PROJETO DE LEI Nº     , DE 2011**

**(Do Sr. NERI GELLER)**

Altera a Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, autorizando as emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária a transmitirem publicidade comercial, nos termos que especifica.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, autorizando as emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária a transmitirem publicidade comercial, nos termos que especifica.

Art. 2º Dê-se ao art. 18 da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, a seguinte redação:

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

**Parágrafo único. O tempo destinado à publicidade comercial não poderá exceder a 10% (dez por cento) do total diário e 15% (quinze por cento) de cada hora.”**

Art. 3º Esta Lei entrará em vigor na data da sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

A promulgação da Lei das Comunitárias, em 1998, representou um marco na história da radiodifusão do País. Emissoras que até então eram marginalizadas pela legislação brasileira, passaram a dispor da oportunidade de regularizar suas operações, conquistando espaço entre os meios de comunicação social legitimamente reconhecidos pelo Estado.

Não obstante o inegável progresso da radiodifusão comunitária registrado nos últimos anos, a análise do cenário vigente revela que a maioria expressiva das emissoras convive com grandes dificuldades para manter-se em operação. Essa situação decorre da ausência de instrumentos legais que garantam plena sustentabilidade econômica ao segmento.

No que diz respeito ao financiamento das atividades das emissoras, a regulamentação em vigor determina que as rádios comunitárias admitam patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas transmitidos, sendo a elas vedado o direito de veicular publicidade comercial. A principal consequência dessa restrição é que, não raro, os recursos recebidos a título de patrocínio revelam-se insuficientes para cobrir as despesas decorrentes da operação dessas emissoras.

Por esse motivo, oferecemos à apreciação desta Casa a presente iniciativa legislativa, que tem por objetivo autorizar as rádios comunitárias a veicular publicidade comercial durante suas programações. A solução proposta, ao mesmo tempo em que assegura uma fonte perene de recursos para as emissoras comunitárias, não introduz distorções no mercado de radiodifusão, pois o projeto restringe o tempo destinado à propaganda nas rádios comunitárias a apenas dez por cento do total diário da programação – limite bem inferior ao teto estabelecido para as rádios comerciais, que é de vinte e cinco por cento.

Temos a firme convicção de que a medida contribuirá para que o setor de radiodifusão comunitária conquiste definitivamente a sua autonomia financeira, podendo desempenhar com ainda mais desenvoltura seu papel de levar informação, cultura e entretenimento para as pequenas

comunidades e concorrer para a democratização do acesso à comunicação no País.

Considerando a importância da matéria tratada, esperamos contar com apoio dos ilustres Pares para a aprovação do presente projeto.

Sala das Sessões, em            de            de 2011.

Deputado NERI GELLER