

PL _____/2015

(Dep. Maria do Rosário e Dep. Pedro Uczai)

Dispõe sobre a destinação às mídias regionais de parcela dos recursos aplicados na contratação de publicidade institucional ou comercial pelos Órgãos, Entidades, Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista das três esferas de governo.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Todos os órgãos e entidades das três esferas de governo, assim como empresas públicas e sociedades de economia mista, deverão destinar às mídias regionais pelo menos 20% (vinte por cento) do total de recursos alocados à veiculação de publicidade institucional e comercial.

Art. 2º Para os efeitos desta Lei considera-se "mídia regional" os seguintes veículos:

I - periódicos, jornais e revistas impressas, com tiragem entre 1.000 (um mil) e 20.000 (vinte mil) exemplares editados sob responsabilidade de empresário individual, micro e pequenas empresas;

II - veículos de radiofusão local que atendam um município ou a conjunto de municípios, devidamente habilitados em conformidade com a legislação brasileira;

III - veículos de radiofusão comunitária, devidamente habilitados em conformidade com a legislação brasileira;

IV - rádios, televisões, blogs e portais digitais publicados na Rede Mundial de Computadores sob responsabilidade de pessoa física, empresário individual, micro e pequenas empresas.

§ 1º As mídias descritas deverão possuir conteúdo majoritariamente produzidos por produtores locais.

§ 2º A critério das instituições elencadas nesta Lei, poderá ser exigida a comprovação da tiragem ou do alcance das mídias descritas neste artigo.

Art. 3º A distribuição dos recursos deverá observar os seguintes objetivos:

I - fomentar a liberdade de expressão e o direito à informação;

II - fomentar a pluralidade e a diversidade informativa;

III - considerar a diversidade de raças e etnias, orientações sexuais, classes sociais e credos que compõem o contingente populacional;

IV - fortalecer a produção cultural local e a ampliação de empregos diretos.

Art. 4º Para fazer jus aos recursos, as mídias regionais deverão atender os seguintes critérios:

I - ter, no mínimo, dois anos de funcionamento sem interrupção;

II - ter em seu quadro funcional um jornalista responsável ou se comprometer com sua imediata contratação;

III - não manter vínculos que a subordinem ao comando de outras empresas jornalísticas e de radiodifusão, escolas, igrejas, partidos políticos, sindicatos, associações de classe, associações representativas de setores industriais e de serviços;

IV - não possuir proprietários, sócios ou gerentes e parentes até o segundo grau destes que:

a) ocupem cargos públicos eletivos ou de confiança nos âmbitos municipal, estadual ou federal;

b) exerçam estas mesmas funções em outra mídia beneficiária;

c) exerçam as mesmas funções em outra mídia de grande porte;

d) tenham participação de instituições financeiras ou grupos controladores destas;

V - estabelecer mecanismos de diálogo com a população, tais como conselho de leitores, ouvintes e telespectadores, ouvidorias e ombudsman, no intuito de garantir a transparência e a possibilidade de os cidadãos e cidadãs se expressarem quanto à prestação de serviços;

VI - veicular conteúdo eminentemente editorial, sendo vedado o benefício a mídias destinadas majoritariamente a conteúdos publicitários.

Parágrafo Único. Excetuam-se da exigência estabelecida no inciso II do presente artigo, as mídias descritas nos incisos III e IV do art. 2º.

Art. 5º As entidades mencionadas no art. 3º deverão estabelecer medidas para assegurar transparência, controle e fiscalização na alocação dos recursos que forem destinados para as mídias regionais.

§1º Dentre as medidas de que trata o caput, deverão estar inclusas:

I - publicação em tempo real nos sítios mantidos por estas na internet de informações pormenorizadas sobre as mídias beneficiárias dos recursos, incluindo sua Razão Social, Nome Fantasia, CNPJ, proprietários, tipificação da mídia em conformidade com o art. 2º, e o montante e percentual de recursos destinados a cada uma delas;

II - disponibilização, em tempo razoável, das informações de que trata o inciso I a qualquer pessoa física ou jurídica que vier a demandá-la;

III - realização de audiências públicas para escolha dos critérios de seleção das mídias regionais destinatárias dos recursos;

IV - realização de chamadas públicas previamente à seleção das mídias regionais, com ampla divulgação dos critérios de que trata o inciso III;

V - prestação de contas dos órgãos, entidades, empresas públicas e sociedades de economia mista perante o Tribunal de Contas de sua jurisdição em relação ao recursos aplicados nas mídias regionais;

VI - elaboração e ampla divulgação, pelos órgãos, entidades, empresas públicas e sociedades de economia mista, de relatório anual sobre os recursos aplicados em conformidade com esta Lei.

§ 2º Nos Estados e Municípios onde houver Conselhos de Comunicação Social, estes devem ser órgãos responsáveis por avaliar se os veículos de comunicação proponentes cumprem com os critérios estabelecidos e princípios elencados.

§ 3º Após o recebimento do recurso, anualmente devem ser realizadas audiências públicas nas Câmaras Municipais ou Assembleias Legislativas para prestação de contas do Gestor Público e entes beneficiados, com participação de leitores, ouvintes e telespectadores de modo a avaliar a aplicação dos recursos, observados os critérios e princípios estabelecidos nesta Lei.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Este projeto de lei objetiva assegurar o direito à informação a partir da garantia de sustentabilidade das mídias de pequeno e médio porte. Ele foi formulado a partir de amplo diálogo desenvolvido com os movimentos sociais, representantes de mídias de pequeno e médio porte. O presente Projeto tem por intuito assegurar o funcionamento de pequenos jornais, revistas, rádios comerciais, veículos de radiofusão comunitária e instrumentos de informação na internet os maiores prejudicados pela concentração em grandes veículos da publicidade institucional e comercial veiculadas pelas instituições públicas.

Assim, determinamos que todos os órgãos e entidades das três esferas de governo, assim como empresas públicas e sociedades de economia mista, deverão destinar às mídias regionais pelo menos 20% (vinte por cento) do total de recursos alocados à veiculação de publicidade institucional e comercial. Com isso, asseguramos não só a sobrevivência de representantes de mídias de pequeno e médio porte como o direito

fundamental à informação dos brasileiros e brasileiras. A concentração da mídia em poucas mãos inibe o conhecimento e a informação a respeito de informações locais, regionais ou o tratamento de determinados temas.

Não raro hoje, estas pequenas e médias mídias acabam por vincular-se de maneira excessiva às mídias maiores transformando-se, mesmo que indiretamente, em meras retransmissoras do conteúdo de grandes empresas. Fortalece-se desta forma o monopólio da comunicação e informação. Importante salientarmos que o artigo 2º especifica quais serão os veículos beneficiados, eliminando qualquer dúvida ou dubiedade, são eles:

I - periódicos, jornais e revistas impressas, com tiragem entre 1.000 (um mil) e 20.000 (vinte mil) exemplares editados sob responsabilidade de empresário individual, micro e pequenas empresas;

II - veículos de radiofusão local que atendam um município ou a conjunto de municípios, devidamente habilitados em conformidade com a legislação brasileira;

III - veículos de radiofusão comunitária, devidamente habilitados em conformidade com a legislação brasileira;

IV - rádios, televisões, blogs e portais digitais publicados na Rede Mundial de Computadores sob responsabilidade de pessoa física, empresário individual, micro e pequenas empresas.

O presente projeto contribuirá significativamente para a sobrevivência e o fortalecimento das mídias regionais existentes e fomentará a formação de outras, incrementando o mercado de trabalho na área da comunicação nos municípios e qualificando as informações disponibilizadas à população. Fomentar a existência de mídias vinculadas mais diretamente à população, independentes de grandes empresas e, portanto, mais isentas na divulgação de informações, é buscar a construção de uma mídia democrática e o fortalecimento da própria democracia brasileira.

Sala das Sessões, em de de 2015.

Deputada Maria do Rosário

PT/RS

Dep Pedro Uczai

PT/SC