



CONGRESSO NACIONAL

Senado Federal
Subsecretaria de Apoio às Comissões Mistas
Recebido em 21/2/2013, às 18h00
Localidade / Matr.: 46544

MPV 601

00017

APRESENTAÇÃO DE EMENDAS

Data: 04/02/2013		Proposição: MP 601/2012		
Autor: Senador FRANCISCO DORNELLES - PP / RJ		Nº Prontuário:		
1. ☐ Supressiva 2. ☐ Substitutiva 3. ☐ Modificativa 4. ☒ Aditiva 5. ☐ Substitutiva Global				
Página:	Artigo:	Parágrafo:	Inciso:	Alínea:

TEXTO

Altere-se o art. 1º da MPV nº 601, de 2012, para acrescentar novo inciso XIII, no § 3º, e novo § 6º ao art. 8º da Lei nº 12.546, de 14.12.2011, com a redação dada pelo art. 55 da Lei nº 12.715, de 17.9.2012, que passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 1º A Lei nº 12.546, de 14 de dezembro de 2011, passa a vigorar com as seguintes alterações:

.....
"Art. 8º

.....
§ 3º

.....
XIII – jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens de que trata a Lei nº 10.610, de 20 de dezembro de 2002.

.....
§ 6º Para os fins do inciso XIII do § 3º, consideram-se empresas jornalísticas aquelas que têm a seu cargo a edição de jornais, revistas, boletins e periódicos, ou a distribuição de noticiário por qualquer plataforma, inclusive em portais de conteúdo da Internet.

....." (NR)

JUSTIFICAÇÃO

A proposta objetiva incluir o segmento das empresas jornalísticas e de rádio e televisão, de que trata a Lei nº 10.610, de 20 de dezembro de 2002, entre as empresas contempladas com a desoneração da folha de pagamentos, nos termos da nova redação dada ao art. 8º da Lei nº 12.546, de 14 de dezembro de 2011, por efeito do art. 55 da Lei nº 12.715, de 17 de setembro de 2012, empresas estas que passaram a contribuir para a previdência social à alíquota de 1%, em substituição às contribuições previstas nos incisos I e III do art. 22 da Lei nº 8.212, de 24.7.1991.

Tecnicamente, a presente Emenda já leva em conta também as alterações decorrentes da MP nº 601/2012, ao preconizar primeiramente o acréscimo de inciso XIII ao § 3º do citado art. 8º da Lei nº 12.546/2011, a fim de estender o mesmo tratamento fiscal às empresas jornalísticas e de radiodifusão. Em segundo lugar, mediante acréscimo de § 6º ao mesmo art. 8º, a Emenda atualiza, de forma sumária, a norma há muito presente na Consolidação das Leis do Trabalho (§ 2º do art. 302), bem como na lei profissional dos jornalistas (art. 3º do Decreto-lei nº 972, de 17/10/69), para definir como empresa jornalística aquela que tem a seu cargo a edição de jornais, revistas, boletins e periódicos, ou a distribuição de noticiário, utilizando-se de qualquer plataforma ou suporte físico ou digital, como os portais de conteúdo da Internet.

A pretendida desoneração da folha de pagamento encontra respaldo nas características e condições próprias que distinguem os setores assinalados da comunicação social, cujos produtos finais, em termos de circulação de jornais ou revistas e de transmissão/recepção de sons ou de sons e imagens, são o resultado de ampla cadeia produtiva alinhada com a mídia, que envolve extensa infraestrutura de planta industrial e equipamentos dedicados à atividade fim, além de mobilizar numerosas habilitações profissionais para criar, editar e veicular conteúdos, seja a mídia impressa ou eletrônica e digital.

Alguns dados e informações relevantes dão ideia da amplitude dessa indústria, que se faz presente a todos os brasileiros, devendo ser considerada o segmento econômico com maior penetração na sociedade, a quem, em suas diferentes classes e condições, leva cultura, entretenimento, informação, opinião e cidadania, como nenhum outro segmento é capaz de fazê-lo.

Vejamos. Mais de 95% dos domicílios em todo o País têm pelo menos um aparelho de televisão, e mais de 90%, um aparelho de rádio, aos quais se somam mais 72 milhões de celulares com receptor de rádio e 24 milhões de aparelhos instalados em automóveis. Diariamente, são editados 700 jornais, com 8,6 milhões de exemplares, estimando-se em 28,5 milhões de leitores diários desse veículo impresso. São também 6.000 títulos de revistas entre semanais, quinzenais e mensais, que totalizam 10 milhões de exemplares mensais, ou 33 milhões de leitores.

Mencionemos, ainda, os efeitos multiplicadores que representa para a economia do país a movimentação de uma receita anual da ordem de R\$ 28,5 bilhões, ou 0,68% do PIB nacional; assim também a geração de mais de 300 mil empregos diretos e indiretos, concentrados nos de nível mais elevado.

Nesse particular, a Indústria da Comunicação Social é uma das grandes atividades geradoras de empregos no país, principalmente quando se fala de profissionais especializados, comprometidos com uma cadeia produtiva própria, que engloba mais de 150 funções regulamentadas, distribuídas por níveis técnicos e tecnológicos e acadêmicos, além das pertinentes às atividades artísticas, desportivas e lúdicas.

No entanto, o modelo econômico e industrial sobre o qual historicamente se apoia a mídia tradicional vem-se exaurindo de forma célere e irreversível, em meio à crise

drástica que afeta particularmente jornais e revistas, exatamente em razão da transição mundial para a comunicação virtual e móvel que se alastra desde duas décadas passadas, comprometendo até mesmo a sobrevivência dos veículos que não forem capazes de reinventar-se, que não fizerem a migração físico-virtual, analógico-digital, sob o impacto de modernas tecnologias, que envolvem internet, comunicação móvel, computação em nuvem e redes sociais.

Por seus altos custos industriais e logísticos e recursos tecnológicos superados, a mídia impressa e a analógica não reúnem mais condições competitivas em face da disponibilidade instantânea, alcance mundial, universalidade, padrão de qualidade e quase gratuidade da comunicação virtual. Daí a sucessão de episódios, que não se circunscrevem ao Brasil, mas se espalham em outros países, de fechamento de jornais, ou redução destes à sua edição virtual, além dos reflexos do mesmo fenômeno sobre os veículos de radiodifusão, às voltas com pesados investimentos rumo à tecnologia digital.

Nesse cenário, nada mais justificável substituir a contribuição previdenciária sobre a folha de pagamento por outra, sobre o faturamento, a fim de adequar as atuais condições setoriais a uma alíquota compatível, incidente sobre uma base de cálculo ajustada ao comportamento das fontes de custeio, e não a uma despesa relativamente fixa em cada veículo de mídia.

Enfim, tal como nos maiores mercados mundiais, nossa indústria de comunicação social, como um todo, enfrenta o desafio de gerar recursos para fazer frente aos altos investimentos em tecnologia para manutenção do mercado, com o uso das novas plataformas digitais para jornais e revistas e a digitalização de emissoras de rádio e televisão.

Especificamente, o segmento de jornais e revistas passa por um momento crucial. A chamada convergência digital afeta de forma inexorável essas publicações, ao dissociar seus conteúdos das plataformas originais para a veiculação multimídia, passando a competir com outras possibilidades de usos, opções ou necessidades dos usuários em diferentes plataformas, e com a disponibilidade, quase instantânea, dos conteúdos em toda a rede mundial de computadores.

No que diz respeito a verbas publicitárias, a participação do segmento de jornais e revistas mostra-se decrescente no conjunto dessas receitas, de 25,6%, em 2004, para apenas 19,2% em 2011. No caso dos jornais, a situação é mais intensa, com perda superior a 40% das receitas no mesmo período, o que tem levado ao encerramento de atividades gráficas de vários órgãos da imprensa. Já a internet, no mesmo interregno de 2004 a 2011, ganhou um espaço surpreendente no total das receitas publicitárias, saltando de 1,6% para 5,2%, ou seja, um ganho de 214%.

A sua vez, os milhares de emissoras de rádio existentes no Brasil, fundamentais para a integração deste “país continente”, enfrentam desafio crucial, de fazer investimentos vultosos para se adequarem ao universo digital sem nenhuma perspectiva de recuperação desses investimentos. Sua situação é agravada pela participação decrescente no total das receitas publicitárias do país, registrando-se queda de 10%

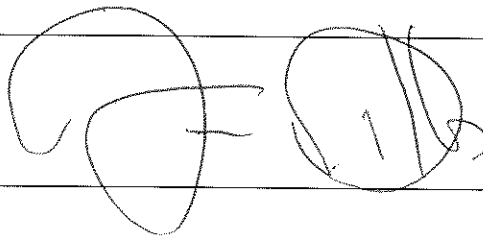
entre 2004 e 2011, porém ainda maior, de 15,2%, entre 2009 e 2011.

Nesse cenário de queda nas receitas, as emissoras de rádios deverão ainda mudar seu sistema de transmissão analógico para digital. Os custos de migração para a nova tecnologia são elevados, envolvendo transmissores, equipamentos de informática, estúdios de produção e outros. O Laboratório de Políticas de Comunicação da Universidade de Brasília estima um montante médio de USD 150 mil de investimentos por emissora, valor inacessível para 81% das rádios brasileiras.

Já as emissoras de televisão, além dos vultosos investimentos com a digitalização do parque tecnológico, estão sendo oneradas com a consequente elevação de custos operacionais decorrentes da obrigação de manter a transmissão simultânea dos sinais analógico e digital, o que requer estruturas duplicadas de torres de transmissão, compra de equipamentos, equipes de manutenção, ampliação de postos de trabalho especializados, taxas e ônus financeiros.

Por todas as razões acima apontadas, em relação aos setores de jornais e revistas, rádio e televisão, acham-se presentes os mesmos fundamentos para desoneração da folha de pagamentos identificados e reconhecidos em outros segmentos, tal como foram corretamente invocados nas exposições de motivos ministeriais que albergaram providências dessa natureza, assim como nos vários pareceres das comissões técnicas congressuais que examinaram ditas propostas.

Assinatura

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'G' followed by a series of loops and a final vertical stroke.