

PROJETO DE LEI Nº , DE 2015

(Da Sra. MARGARIDA SALOMÃO)

Altera o §5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, e o art. 18 da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, para permitir a veiculação de publicidade comercial local pelas emissoras comunitárias.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera o §5º do art. 32 da Lei nº 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”*, e o art. 18 da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que *“Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências”*, para permitir a veiculação de publicidade comercial local.

Art. 2º O §5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 32.

§5º Os canais previstos nos incisos II a XI deste artigo, que não terão caráter privado, poderão admitir patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural, veiculação remunerada de publicidade institucional, bem como propaganda e publicidade

comercial, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida, quando for o caso de abrangência local, e limitados a três minutos por hora de programação”. (NR)

Art. 3º O art. 18 da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 18. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural, veiculação remunerada de publicidade institucional, bem como propaganda e publicidade comercial, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida e limitados a três minutos por hora de programação”. (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

No ano de 2013, o nobre Deputado Ricardo Berzoini apresentou, para deliberação desta Casa Legislativa, o Projeto de Lei nº 5.409/2013, com o objetivo de alterar a Lei do SEAC, para permitir que os canais públicos e comunitários das televisões por assinatura pudessem veicular publicidade, limitada à área de atuação das comunidades atendidas e a três minutos por hora de programação.

O projeto em questão trazia importante contribuição à programação das televisões comunitárias e públicas, mas acabou por ser arquivado ao final da legislatura. Reconhecendo a relevância da matéria, entendemos por bem resgatá-la na presente iniciativa, ampliando sua contribuição também para as rádios comunitárias, que tanto colaboram com a comunicação e o entretenimento de nossas comunidades.

Com a devida vênia de Sua Excelência, reproduzo aqui o texto que justificava a iniciativa da apresentação do Projeto de Lei nº 5.409, de 2013:

“As emissoras de televisão comunitárias, situadas no Campo Público, são formadas por entidades sem fins econômicos, e ao longo dos anos, têm demonstrado sua necessidade frente à comunicação no país, oportunizando que a população se veja na tela, não como noticiários policiais, mas expondo seus trabalhos, sua arte e preservando sua cultura.

É através da TV COMUNITÁRIA que o cidadão tem acesso a uma nova ferramenta de comunicação, valorizando formas e meios de contato direto entre poder público e comunidade. Através delas são realizadas campanhas institucionais e de utilidade pública, redescoberta de insumos culturais até então escondidos apenas nas mentes dos griôs dos mestres e dos fazedores culturais.

A TV COMUNITÁRIA apresenta-se como guardiã da história contemporânea por não ter vínculo direto com poderes econômicos ou grupos políticos e religiosos. E por estar historicamente ligada ao meio comunitário, necessita de sustentabilidade, de meios e forma de obter recursos lícitos para a continuidade da melhoria de sua programação, da manutenção ou aquisição de equipamentos, na geração de emprego e renda e da economia solidária e criativa.

Ao se permitir a publicidade comercial local, faz-se justiça aos que lutam com dificuldade para a verdadeira democratização da comunicação social no Brasil. O presente projeto visa exatamente possibilitar essa sustentação.”

Como se depreende do texto acima, a proposição mais que se justifica pela justiça que faz às televisões comunitárias. Acrescento que, da mesma forma, as rádios comunitárias também merecem tratamento igualitário, não só pelo serviço prestado às comunidades locais, mesmo em situação de precariedade financeira, como também pela absoluta necessidade

de prestigiarmos estes meios de comunicação que, há muito, já se constituíram no mais importante veículo de ligação entre os cidadãos e a comunidade organizada.

Não se pretende, como o texto da proposição deixa claro, transformar emissoras comunitárias em fontes de receita comercial de larga escala. O que busca, na verdade, é garantir que estas emissoras continuem a prestar o serviço local, com qualidade e com a proximidade que as caracterizam, mas dentro de um contexto de financiamento de suas atividades minimamente aceitável, sob pena de inviabilizarmos suas operações.

No caso das televisões que tenham abrangência nacional, como a TV Câmara, TV Senado, TV Justiça e outras, a proposição permite a veiculação de publicidade de âmbito nacional, limitada a três minutos por hora.

Temos a certeza de que contribuímos decisivamente para o equilíbrio financeiro das emissoras comunitárias, em favor de nossas comunidades e da continuidade da prestação dos serviços da maior relevância para todos os cidadãos que diariamente se utilizam de seus serviços. Peço, portanto, o apoio de todos os parlamentares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2015.

Deputada MARGARIDA SALOMÃO