

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 3.133, DE 2015

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.

Autora: Deputada Margarida Salomão

Relator: Deputado Marcos Soares

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 3.133, de 2015, da nobre Deputada Margarida Salomão, altera as legislações da comunicação audiovisual de acesso condicionado e da radiodifusão comunitária – Leis nº 12.485, de 2011 e 9.612, de 1998, respectivamente – para permitir a veiculação de publicidade comercial local pelas emissoras comunitárias de televisão e de rádio. Assim, tanto as emissoras de televisão comunitárias transmitidas por meio da TV por assinatura quanto as de rádio comunitárias passariam a poder admitir patrocínios, sob a forma de apoio cultural ou veiculação remunerada de publicidade, até o limite de três minutos por hora de programação, desde que atendidas algumas limitações estabelecidas pela legislação.

A proposição foi distribuída às Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e Constituição e Justiça e de Cidadania (Art. 54 RICD), estando sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões (Art. 24 II CF). Seu regime de tramitação é ordinário. Ao fim do prazo regimental, não havia emendas ao projeto, nesta Comissão.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

As emissoras comunitárias existem já há algum tempo no Brasil. Em 1999, um ano após a promulgação da Lei nº 9.612/98, que instituiu o serviço de rádios comunitárias no Brasil, foram outorgadas as primeiras licenças para o funcionamento dessas emissoras. Na televisão, os canais comunitários – inicialmente restritos ao serviço de TV a Cabo – surgiram com a promulgação da antiga Lei nº 8.977, de 1995. Nesses 20 anos de existência de mídia eletrônica comunitária no Brasil, houve uma notável expansão do serviço de radiodifusão comunitária. Existem hoje mais de 4.800 rádios comunitárias e aproximadamente 100 canais comunitários de TV em operação no território nacional.

Contudo, em que pese essa grande profusão de emissoras comunitárias - que faz do Brasil um dos líderes em comunicação eletrônica comunitária no mundo - há algumas graves questões estruturais que ameaçam a sustentabilidade desse modelo de oferta de informação. Uma das dificuldades enfrentadas por esses canais é a obtenção de recursos suficientes para o custeio da produção de conteúdo e de sua veiculação, bem como a remuneração das equipes responsáveis por essas atividades. A redação vigente das Leis nº 12.485, de 2011, e 9.612, de 1998, praticamente inviabiliza a obtenção de recursos, uma vez que proíbe por completo a veiculação de publicidade por essas emissoras. Há somente a permissão para a veiculação de patrocínio na forma de apoio cultural, porém, sem uma definição precisa do que vem a ser tal forma de publicidade, termina por dificultar a obtenção de recursos por meio desta vertente.

O Projeto de Lei nº 3.133, de 2015, da nobre Deputada Margarida Salomão, busca contornar esse problema, ao permitir a veiculação de publicidade comercial local pelas emissoras comunitárias. É verdade que, ao se liberar a veiculação de publicidade comercial em emissoras comunitárias, há um risco de perda das características alternativas que este meio de comunicação deve ter. Poderia se criar, em tese, uma injusta competição entre emissoras comunitárias e comerciais, em busca de recursos de anunciantes.

Tal competição poderia terminar por macular os nobres objetivos a que rádios comunitárias devem se dedicar, conforme preconizado na Lei nº 9.612, de 1998. Contudo, a proposição da nobre Deputada Margarida Salomão, ao limitar a veiculação de publicidade em emissoras comunitárias a somente **três minutos por hora de programação, e restrita aos anunciantes situados na área de cobertura do serviço**, equilibra de maneira muito eficaz a flexibilização das regras referentes à veiculação de publicidade e a restrição ao caráter meramente comercial em rádios e TVs comunitárias.

Diante do exposto, concordamos com o mérito da proposição, mas entendemos que a iniciativa ainda pode ser aperfeiçoada, contemplando também, o segmento das emissoras educativas, que padecem das mesmas dificuldades, com restrições ainda mais severas do Decreto-Lei nº 236, de 1967. Para prover um reequilíbrio também às emissoras educativas, optamos por oferecer um Substitutivo, contemplando na íntegra o projeto da nobre Deputada Margarida Salomão, e incluindo novo artigo com a alteração do Decreto-Lei nº 236, de 1967, permitindo a veiculação de patrocínio ou de publicidade local até o limite de três minutos por hora de programação. Com isto, os canais públicos e comunitários do Serviço de Acesso Condicionado – SEAC, as emissoras comunitárias e as emissoras educativas passam a ter as mesmas regras para veiculação de patrocínio e de publicidade local com limitações.

Neste sentido, votamos pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 3.133, de 2015, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em de junho de 2017.

Deputado **MARCOS SOARES**

Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.133, DE 2015

Altera o §5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, o art. 18 da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, e o art. 13, do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, para permitir a veiculação de patrocínio e de publicidade comercial local pelos canais públicos e comunitários do Serviço de Acesso Condicionado e pelas emissoras comunitárias e educativas.

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”*, 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”*, e o art. 13, do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, que *“Complementa e modifica a Lei número 4.117, de 27 de agosto de 1962”*, para permitir a veiculação de patrocínio e de publicidade comercial local pelos canais públicos e comunitários do Serviço de Acesso Condicionado e pelas emissoras comunitárias e educativas.

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 O art. 13 do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 13. As emissoras de radiodifusão educativa se destinarão à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates.

Parágrafo único. As emissoras de radiodifusão educativa 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. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em de junho de 2017.

Deputado **MARCOS SOARES**

Relator