



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI n.º 1.677 DE 2015

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.

Autor: Deputada MARIA DO ROSÁRIO

**Relator: Deputado GILBERTO
NASCIMENTO**

I – RELATÓRIO

O Excelentíssimo Senhor Presidente da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática remete-nos o Projeto de Lei n.º 1.677, de 2015, que 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 no importe de pelo menos 20%(vinte por cento) do total de recursos alocados à veiculação de publicidade institucional e comercial.

A proposição foi devidamente autuada pelo Departamento de Comissões sendo encaminhado à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, à Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público de Segurança Pública e à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania. Tratando-se de proposição sujeita a apreciação conclusiva pelas comissões, com regime de tramitação ordinária.

Na justificação os autores mencionam que a presente medida, caso aprovada, servirá para assegurar o direito à informação a partir da garantia da sustentabilidade das mídias de pequeno porte e médio porte.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Cria, ainda, o conceito objetivo de pequena e de médias mídias que seriam atendidas com a presente medida, nos termos do art. 2º e seguintes, a saber: *“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 radiodifusão 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”*.

Pretende, assim, a proposição que todos os órgãos e as entidades das esferas de governo, assim como as empresas públicas e as sociedades de economia mista destinem às mídias regionais pelo menos 20% (vinte por cento) do total de recursos, alocados à veiculação de publicidade institucional e comercial.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

Passa-se a análise do Projeto de Lei n.º 1.677, de 2015, que 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.

Verifica-se que não obstante o projeto em sua justificção assinale para a democratização dos recursos correlacionados a publicidade institucional



CÂMARA DOS DEPUTADOS

a redação da forma como apresentada precisa ser adequada para que atinja seu real objetivo, vez que cria a obrigatoriedade de alocação de recursos públicos de no mínimo 20%(vinte por cento) para todos os entes que correlaciona no que tange a aplicação do total de recursos alocados à veiculação de publicidade institucional e comercial

O PL deixou de estabelecer a conexão com a Lei n.º 12.232 de 2010, e com a Lei n.º 8.666 de 1993, tendo se atido o inciso IV, do art. 5, menciona a obrigatoriedade de chamamento público para a utilização do recurso, portanto, sugerindo assim um processo de chamamento público para a seleção, este aspecto é de extrema relevância para a transparência da alocação financeira, vez que se está tratando de utilização de recursos públicos, e toda a transparência e lisura em sua utilização é de extrema relevância.

Outro aspecto que deve ser observado é o conceito de mídia social apregoadado no art. 2º, do projeto de lei, que em seu inciso IV menciona, dentre outros a questão dos blogs, portais digitais sob responsabilidade de pessoa física, incluir os portais digitais sob responsabilidade da pessoa física de forma ampla e irrestrita cria uma regra muito ampla que ensejaria inclusive o fomento das mídias sociais, o que extrapolaria o objetivo do projeto.

Note-se que as mídias digitais que são veiculadas pela internet possuem em sua forma de funcionamento a pluralidade e características próprias que não devem ser assemelhadas as demais mídias, inclusive ante a sistemática de utilização, portanto, entendemos que quanto aos portais sob responsabilidade de pessoa jurídica este foge do objeto do projeto, e vulnerabiliza toda a proposição.

O texto do PL na forma como apresentado, *data maxima venia*, cria obrigação de alocação de no mínimo 20%(vinte por cento) dos recursos para publicidade com as mídias regionais, o que implica dizer que efetivamente este passa a ser o mínimo a ser aplicado, não havendo, inclusive teto para aplicação, este percentual que em nossa forma de conceber não é o mais adequado, vez que engessa a administração pública vinculando, criando



CÂMARA DOS DEPUTADOS

obrigatoriedade de tais pagamentos, ainda que não exista a demanda das mídias regionais o que é inconcebível.

Ante o exposto, considerando-se que o presente instrumento atende aos interesses nacionais e fortalece o pacto federativo, **VOTO** pela aprovação do PL 1.677/2015, nos termos do Texto Substitutivo.

Sala da Comissão, em de de 2017

Deputado **GILBERTO NASCIMENTO**



CÂMARA DOS DEPUTADOS

SUBSTITUTIVO AO PL N.º1.677 DE 2015

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, poderão destinar às mídias regionais até o limite de 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 radiodifusão local que atendam um município ou a conjunto de municípios, devidamente habilitados em conformidade com a legislação brasileira;

III - veículos de radiodifusão 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 empresário individual, micro e pequenas empresas com representatividade regional.

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

§ 2º A critério das instituições elencadas nesta Lei, será exigida a comprovação da tiragem ou do alcance das mídias descritas neste artigo, inclusive com obrigatoriedade de prestação de contas dos recursos aplicados.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

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 - 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;
- III - não manter vínculos que a subordinem ao comando de outras empresas jornalísticas e de radiodifusão;
- 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 as 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, devendo prestar contas dos recursos utilizados nos termos da lei.

§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;



CÂMARA DOS DEPUTADOS

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 dos entes com a sociedade para escolha dos critérios de seleção das mídias regionais destinatárias dos recursos, devendo ser observado os requisitos da Lei n.º 8.666/93;

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

Sala da Comissão, em de de 2017

Deputado **GILBERTO NASCIMENTO**