

COMISSÃO DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO

PROJETO DE LEI Nº 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.

Autora: Deputada MARIA DO ROSÁRIO

Relatora: Deputada ALICE PORTUGUAL

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 1.677, de 2015, de autoria da nobre Deputada Maria do Rosário, destina às mídias regionais pelo menos 20% (vinte por cento) dos recursos alocados na contratação de publicidade institucional ou comercial pelos órgãos e entidades da Administração Pública das três esferas de governo.

A proposição foi distribuída às Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; Administração e Serviço Público e Constituição e Justiça e de Cidadania (Art. 54 RICD), está sujeita à apreciação conclusiva pelas comissões e ao regime de tramitação ordinário.

No âmbito da CCTI, não foram apresentadas emendas e restou aprovado parecer pela rejeição da proposição, contra os votos dos Deputados Luiza Erundina e Gervásio Maia.

Recebida por esta CASP, fui designada relatora e, após transcorrido o prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao projeto.

É o relatório.



II - VOTO DA RELATORA

O projeto de lei sob exame destina às mídias regionais pelo menos 20% (vinte por cento) dos recursos alocados na contratação de publicidade institucional ou comercial pelos órgãos e entidades da Administração Pública das três esferas de governo.

Entendemos que a proposta é válida, pois reconhecemos que as contratações realizadas pelo setor público podem gerar externalidades positivas. Além disso, o fortalecimento e o desenvolvimento dos produtores locais de conteúdo jornalístico ou cultural são essenciais para que as comunidades locais sejam representadas, tenham suas demandas discutidas e suas vozes ouvidas.

É fato que a produção contínua de conteúdos de qualidade enfrenta grandes desafios devido à escala reduzida dos mercados regionais. Micro e pequenas empresas de comunicação geralmente dependem de anunciantes locais, como pequenos negócios, que possuem recursos financeiros limitados. Dessa forma, a possibilidade de acesso a novas fontes de receita – como os recursos aplicados em campanhas institucionais do Poder Público – contribuirá para o fortalecimento e o aprimoramento desses veículos de comunicação. Como resultado, a população terá acesso a conteúdos mais diversos e de melhor qualidade, promovendo uma representação mais eficaz da sociedade local.

A desconcentração dos meios de comunicação é indispensável para o desenvolvimento regional, bem como para a valorização de aspectos socioculturais locais, o que, por sua vez, fortalece a democracia. Assim, consideramos fundamental a aprovação do Projeto de Lei nº 1.677, de 2015.

Entretanto, identificamos a necessidade de ajustes na redação do projeto. Atualmente, já existe uma legislação em vigor que regula de forma geral os procedimentos de licitação e contratação de serviços de publicidade pela administração pública, a Lei nº 12.232, de 2010. Portanto, acreditamos que os objetivos deste projeto de lei devem ser alcançados por meio de alterações nessa norma já existente.

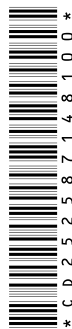


Com essa abordagem, muitos dispositivos previstos no PL nº 1.627, de 2021, tornam-se desnecessários, já que as contratações de mídias regionais devem seguir as mesmas regras aplicadas aos serviços de publicidade em geral contratados pela administração pública.

Por essas razões votamos pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 1.677, de 2015, na forma do **Substitutivo** anexo.

Sala da Comissão, em de de 2021.

Deputada **ALICE PORTUGAL**
Relatora



COMISSÃO DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 1.677, DE 2015

Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para destinar às mídias regionais parcela dos recursos das dotações orçamentárias fixadas para as licitações e contratações públicas de serviços de publicidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 21-A:

“Art. 21-A Pelo menos 20% (vinte por cento) dos recursos das dotações orçamentárias fixadas para as licitações e contratações de que trata esta Lei serão destinados exclusivamente à contratação de mídias regionais.

§ 1º Para os fins desta Lei, considera-se mídia regional:

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 ou por microempresa e empresa de pequeno porte, de que trata a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006;

II - veículos de radiofusão local que atendam um município ou a conjunto de municípios mediante uma única estação transmissora, habilitados na forma da lei;

III - veículos de radiofusão comunitária, habilitados na forma da lei;

IV – aplicações de internet voltadas para a difusão de conteúdos de áudio ou audiovisuais que possuam entre 1.000 (um mil) e 20.000 (vinte mil) usuários cadastrados, sob



responsabilidade de pessoa física, empresário individual, microempresa e empresa de pequeno porte, de que trata a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

§ 2º As mídias referidas no § 1º deste artigo deverão possuir conteúdo majoritariamente produzido por produtores locais.”

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2021.

Deputada **ALICE PORTUGAL**
Relatora

