

Comissão de Seguridade Social e Família

Projeto de Lei nº 4085 de 1998

Autor: Dep. Enio Bacci
Relator: Dep. Serafim Venzon

VOTO EM SEPARADO

I – Da Proposição

Presta-se a proposição legislativa a obrigar que todas as emissoras de rádio e televisão do país veiculem propaganda oficial do governo, de forma gratuita, nos casos de calamidade e campanhas de saúde pública. Eis o que dispõe do projeto de lei (do Substitutivo):

“ Art. 1º. As emissoras de rádio e televisão do país veicularão gratuitamente campanhas educativas produzidas pelo Governo em casos de calamidade ou risco à saúde pública.

Art.2º. Estas inserções terão a duração máxima de dez (10) minutos ao dia, podendo ser divididas em blocos de um (1) minuto cada.

Parágrafo único. O período durante o qual será necessário divulgar estas campanhas será determinado pelas autoridades sanitárias e comunicado às emissoras.

Art.3º. O não cumprimento implica aplicação de penas previstas na legislação vigente.

... ”

Como vimos, pretende-se OBRIGAR as emissoras a veicular PROPAGANDA do Governo Federal, em casos de calamidade e saúde pública.

II – Da Justificativa da Proposição

A primeira das justificativas é que as emissoras “. . . auferem lucros significativos com a exploração das concessões destes canais, considerando ser perfeitamente plausível que colaborem em casos de calamidades ou campanhas de saúde pública”.

Por conseguinte, entende o autor que o Governo eliminaria gastos exorbitantes com a publicidade se esta, por sua vez, fosse gratuita.

Do voto do Relator, aponta-se que a palavra “propaganda” não traduz exatamente o espírito da incitativa, entendo, por sua vez, que a veiculação de campanhas educativas não podem ser consideradas propagandas. Assim sendo, se alterou o termo “propaganda” para “campanha”, que já consta do substitutivo que ora se comenta.

III – Dos Argumentos Contrários à Proposição

Com o devido respeito ao parlamentar autor da referida proposição, dita proposição legislativa não há de prosperar.

A Constituição Federal estabeleceu as diretrizes e as limitantes da exploração comercial dos meios de comunicação, *in casu*, as rádios e as televisões. Eis o que preceitua o Capítulo da Comunicação Social:

“CAPÍTULO V

DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º - Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º - É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º - Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se

recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º - Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º - A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, aos quais caberá a responsabilidade por sua administração e orientação intelectual.

§ 1º - É vedada a participação de pessoa jurídica no capital social de empresa jornalística ou de radiodifusão, exceto a de partido político e de sociedades cujo capital pertença exclusiva e nominalmente a brasileiros.

§ 2º - A participação referida no parágrafo anterior só se efetuará através de capital sem direito a voto e não poderá exceder a trinta por cento do capital social.

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

§ 1º - O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, § 2º e § 4º, a contar do recebimento da mensagem.

§ 2º - A não renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.

§ 3º - O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.

§ 4º - O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

§ 5º - O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

Art. 224. Para os efeitos do disposto neste capítulo, o Congresso Nacional instituirá, como seu órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei.

Como vimos, o legislador constituinte entendeu por bem estabelecer os princípios que devem se pautar as emissoras de rádio e de televisão.

Por outro lado, como é notório, existem algumas obrigações na programação das rádios e televisões. Obrigações estas, diga-se de passagem, que são passíveis de não terem sido recepcionadas pela nova ordem constitucional e, outras, dado o momento de sua edição, serem inconstitucionais.

Sem adentrarmos à análise jurídica destas citadas discussões, passamos a analisar de forma simplória ditas obrigações.

Podemos citar o caso da conhecida “Voz do Brasil”. Norma advinda da Lei nº 4117/62 que obriga as rádios de todo o País a veicular, entre as 19 e 20hs, todos os dias, o informativo oficial da União Federal. Se analisarmos os princípios constitucionais emanados da Carta da República, facilmente verificamos que a Constituição Federal não recepcionou esta antiga norma, embora ainda vigente. Com efeito, inúmeras emissoras de rádio já obtiveram prestação jurisdicional eliminando, para o caso concreto, dita obrigação.

Consoante o mesmo diploma legal, ainda vigente para os serviços de radiodifusão, diploma este complementado pela legislação eleitoral e pela Lei dos Partidos Políticos, verificamos uma nova obrigatoriedade de veiculação obrigatória e com inúmeros empecilhos para a programação normal – cobertura jornalística – durante o período que antecede o pleito. Entretanto esta legislação específica que obriga os serviços de radiodifusão a divulgarem, de forma gratuita, as mensagens dos candidatos a cargos eletivos, bem como e dos partidos políticos, também estabelece uma forma de ressarcimentos fiscal, exatamente por entender que não pode o Poder Concedente, leia-se União Federal, a exigir uma obrigatoriedade, sem alguma forma de retribuição

financeira, simplesmente porque se trata de uma concessão pública ou uma exploração comercial.

Diferente não poderia ser para o caso em tela. Completamente desprovida de argumentação jurídica e de plausibilidade a pretensão de obrigar as emissoras de rádio e de televisão a gratuitamente veicularem campanhas de saúde pública.

Em que pese a questão de fundo – a saúde pública – sabemos que muitas vezes estas campanhas institucionais servem para verdadeiras fazer campanha de governo, de partido político e, principalmente, de pretensos embora declarados candidatos a cargos eletivos. Daí a dificuldade em separar a necessidade de comunicação em caso de calamidade ou urgência da oportunidade para uma campanha institucional ou mesmo política.

Para os casos de calamidade pública, a própria legislação pertinente já contempla tal hipótese, até porque é exatamente nestes casos que o jornalismo e o caráter informativo e jornalístico das emissoras é que viabiliza a comunicação e os esclarecimentos para com o público.

Não podemos nos esquecer que é obrigação, por competência concorrente, que todos os entes federados venham a legislar e suprir as necessidades de saúde pública. Da mesma forma, não podemos esquecer que os meios de comunicação é quem mais contribuem para a disseminação de informações quando em estados graves e de calamidade pública, não necessitando, portanto, de uma imposição do poder público para que veiculem gratuitamente campanhas federais de saúde pública que, muitas vezes, podem ser confundidas com meras propagandas eleitorais de candidatos a cargos eletivos e até mesmo dos atuais governantes.

Sala das Comissões, em de setembro de 2001

Arnaldo Faria de Sá
Deputado Federal PTB/SP