

**PROJETO DE LEI N<sup>o</sup> , DE 2009**  
**(Da Sra. Maria do Rosário)**

Dispõe sobre a destinação às mídias regionais de parcela dos recursos aplicados na contratação de publicidade institucional ou comercial pelas entidades que menciona.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei obriga as entidades que menciona a destinarem parcela de recursos aplicados na contratação de publicidade institucional ou comercial a mídias regionais.

Art. 2º Para os efeitos desta Lei considera-se “mídia regional” empresa jornalística ou de radiodifusão de pequeno e médio porte que atenda a um município ou a conjunto de municípios e cujo conteúdo seja, na sua maioria, produzido por produtores locais, sejam eles pessoas físicas ou empresas de médio e pequeno porte.

Art. 3º As seguintes instituições deverão destinar às mídias regionais 20% (vinte por cento) do total de recursos alocados à veiculação de publicidade institucional e comercial:

- I - Órgãos e Entidades das três esferas de governo;
- II - Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista das três esferas de governo;

Art. 4º Para fazer jus aos recursos a que se refere o

artigo anterior, as mídias regionais deverão atender aos seguintes critérios:

I – ter, no mínimo, dois anos de funcionamento sem interrupção de suas atividades;

II – ter em seu quadro funcional um jornalista responsável ou se comprometer com sua imediata contratação;

III – não manter vínculos que a subordinem ao comando de outras empresas jornalísticas e de radiodifusão, escolas, igrejas, partidos políticos, sindicatos, associações de classe, associações representativas de setores industriais e de serviços;

Parágrafo único. O proprietário, sócio ou gerente de uma mídia regional que receba o benefício a que se refere o art. 3º não poderá exercer qualquer uma dessas funções em outra mídia beneficiária.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

A concentração de verbas destinadas à veiculação de publicidade em grandes empresas localizadas nas principais metrópoles brasileiras vem dificultando, sobremaneira, o aparecimento e a viabilização econômica de veículos de comunicação social de caráter local e regional.

A proposta que ora apresentamos objetiva a desconcentração desse mercado, na medida em que contribui para que as empresas de comunicação social de pequeno e médio porte tornem-se viáveis economicamente, livrando-as de intermediações e de pressões políticas.

Para tal, o projeto de lei determina que vinte por cento das verbas de publicidade do governo sejam destinadas a jornais e empresas de radiodifusão de pequeno e médio porte que atendam apenas a um município ou a um conjunto de municípios e que veiculem conteúdo produzido, em grande parte, por produtores locais.

Tal medida, a nosso ver, é outra forma de se promover a regionalização da produção cultural, artística e jornalística prevista no inciso III do art. 221 da Constituição Federal, uma vez que são as verbas publicitárias que sustentam os jornais e as empresas de rádio e televisão em nosso País.

Dada a importância do projeto de lei ora apresentado para a democratização da comunicação social no Brasil, esperamos contar com o valioso apoio dos nossos pares nesta Casa para sua aprovação.

Sala das Sessões, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2009.

Deputada Maria do Rosário