



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**GABINETE DEPUTADO FEDERAL DR. TALMIR**

**COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E  
INFORMÁTICA**

**EMENDA AO SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 5.641, DE 2009**

**Emenda 7:** Altera a inclusão de artigos na Lei 8.977, compatíveis com as alterações propostas para o Decreto-Lei nº 236, de 27 de fevereiro de 1967.

Art. 2º Acrescente-se os seguintes parágrafos ao art. 23 da Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, com a seguinte redação:

*“§ 10º Os canais a que se referem as alíneas “e”, “f” e “g” deste artigo estão autorizados a veicular apoio cultural ou publicidade legal de entidades de direito público e de direito privado, sob a forma de patrocínio de programas, eventos e projetos, à razão de até 20% do tempo destinado a sua programação diária.*

*§ 11º Para os fins do disposto nesta Lei, define-se como apoio cultural o pagamento de custos relativos à produção de programação, sendo permitida a citação da entidade apoiadora e a veiculação da marca ou outros meios de divulgação da imagem institucional, vedada a veiculação de anúncios, produtos e serviços, ‘jingle’ de produto ou qualquer outra informação de cunho comercial.*

*§ 12º Para fins do disposto nesta Lei, entende-se como publicidade legal a publicação de avisos, relatórios de realizações, ações socioambientais, e informações de utilidade pública, de órgãos e entidades de direito público e privado, de caráter local, regional, estadual, nacional ou internacional.”*

**§ 4º Será admitida a veiculação de publicidade de entidades de direito público e de direito privado, sob a forma propaganda comercial, à razão de até 15% (quinze por cento) do tempo destinado a sua programação diária, obedecidas as seguintes condições:**

**I – Ser o anunciante micro, pequena ou média empresa, com sede nos municípios situados na área de alcance da emissora, não integrante, franqueado ou filial de redes, cadeias, grupos ou conglomerados econômicos de abrangência nacional;**

**II – Ser a peça publicitária a ser veiculada produzida por agência, estúdio ou produtor independente, de micro, pequeno ou médio porte, com sede nos municípios situados na área de alcance da emissora, não-integrante, franqueado ou filial de redes, cadeias, grupos ou conglomerados de**



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**GABINETE DEPUTADO FEDERAL DR. TALMIR**

**abrangência nacional, admitidas as produções realizadas por empresas juniores vinculadas à instituições de ensino;**

**§ 5º É vedada a veiculação de programas de tele vendas.**

**JUSTIFICATIVA.**

Ampliar a base de sustentação das TVs Educativas, Comunitárias e Culturais não significa, de maneira nenhuma, burlar o escopo do caráter cultural e educacional pretendido pela legislação que regula essas modalidades de tele difusão, conforme se argumenta na recorrente discussão desse tema.

O que se pretende combater, com a insistência de negar-lhes o acesso à veiculação de conteúdos comerciais, é sua a pretensa “equiparação com as emissoras comerciais”, sob a alegação de que essas instituições não têm fins lucrativos.

As principais fontes de recursos dessas emissoras são as doações, subvenções e contribuições, receitas que, via de regra, são desproporcionais com relação aos custos fixos e despesas variáveis desse segmento, intenso em conhecimento especializado e em tecnologias sofisticadas.

Há que se compreender que, na contabilidade do “terceiro setor”, diferencia-se os conceitos de “lucro/prejuízo” como sendo “superávit/déficit”. Como instituições civis sem fins lucrativos, essas emissoras são proibidas de distribuir seus resultados superavitários (caso existam) para seus mantenedores/instituidores, sendo obrigadas a reinvestir todo o resultado positivo das suas operações na manutenção e crescimento do próprio “negócio”.

Para essas instituições o lucro (superávit) não anima a sua razão de ser. Haja vista que são criadas para “provocar mudanças sociais”, o superávit então é o meio necessário para garantir a continuidade e o cumprimento de seus propósitos institucionais, sem o qual agoniza e falece, tal como estamos a presenciar;

Peter Drucker, um dos “pais” da moderna ciência da administração, leciona que as organizações sem fins lucrativos têm por objetivo “provocar mudanças sociais”. “... são agentes de mudança humana. Seu produto é um paciente curado, uma criança que aprende, um jovem que se transforma em um adulto com respeito próprio; isto é, toda uma vida transformada.”

As emissoras educativas, universitárias ou comunitárias, do ponto de vista sistêmico, interagem com ambiente externo no qual atuam, tanto quanto qualquer outra organização homóloga de caráter comercial, arcando com todos os custos inerentes à sua atividade, (pessoal, materiais, insumos, eletricidade, telecomunicações, aquisição/manutenção da



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**GABINETE DEPUTADO FEDERAL DR. TALMIR**

tecnologia, informações, dentre outros). O que a difere das outras, no entanto, é o “produto social” gerado na saída do processo, ou seja, seus resultados serão sempre mudanças em pessoas - de comportamento, competências, saúde, capacidade, esperanças, cultura, etc.

Essas instituições foram criadas com o propósito da democratização das expressões artísticas, culturais, informacionais e educacionais, de caráter iminentemente local ou microrregional, limitação esta imposta até pelo alcance permitido pelo espectro das frequências a elas concedidas. Sendo assim, o “produto social”, antes citado, deve ter profunda relação com o seu entorno imediato, e, quanto mais possível, ser ali mesmo elaborado, construído e produzido.

Nessa linha de argumento, nada impediria que fossem essas emissoras suportadas pelas próprias comunidades às quais servem, inclusive pela da comercialização de espaços publicitários, capazes de divulgar propaganda comercial de empresas locais, com conteúdos produzidos na sua vizinhança, por profissionais da localidade, preservando os valores e as identidades culturais próprias daquele povo.

Com o avanço escalar das tecnologias de informação e telecomunicações (TICs) e sua popularização, os investimentos em equipamentos e ferramentas de produção audiovisual tornam-se cada dia mais acessíveis à população. Câmeras de vídeo de alta definição, equipamentos de áudio, software de edição não-linear, e outros equipamentos estão com preços cada vez mais acessíveis (sendo que já existem softwares abertos de edição ofertados gratuitamente), o que faz acontecer um “boom” de produtores individuais independentes no setor, beneficiando sobremaneira a produção de conteúdos artísticos, culturais, comerciais e informativos.

Por outro lado, as instituições de ensino superior que têm escolas de comunicação estão obrigadas pelo MEC a manterem laboratórios especializados, para suportar as práticas acadêmicas dos cursos de jornalismo, publicidade e de produção multimídia. Derivam dessas iniciativas o estímulo à criação de “empresas juniores”, como forma de se praticar o empreendedorismo. Esses jovens profissionais necessitam de espaços para a veiculação dos seus produtos, indo além do campo experimental.

As Tvs comunitárias, universitárias ou educativas são o “*locus privilegiado*” para o ingresso desses jovens nesse competitivo mercado, e, os micro e pequenos empresários locais são, naturalmente, os primeiros clientes desses empreendedores embrionários. Fecha-se assim o “ciclo virtuoso” de uma cadeia produtiva de informação, cultura e arte local, o verdadeiro “produto social” que se espera das Tvs comunitárias, educativas ou universitárias.

O Decreto-Lei no. 236 de 28 de fevereiro de 1967, ainda produz ecos assombrosos de um período autoritário vivido pelo nosso País. Esse diploma arcaico, ao coibir a expansão das Tvs educativas, mediante a amputação dos seus mecanismos de sobrevivência, privilegiava o oligopólio das comunicações, cuja organização tentacular sempre trabalhou em favor do autoritarismo, cingindo-se ao controle dos quartéis. Essas brumas do passado vez por outra se elevam dos porões da ditadura, a exemplo de hoje, quando casuisticamente este mecanismo é sobreposto à Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995,

Brasília - DF: Câmara dos Deputados - Anexo IV - Gabinete 454 - CEP 70160-900 - Fones: (61) 3215-5454/3454 - Fax: (61) 3215-2454

[dep.dr.talmir@camara.gov.br](mailto:dep.dr.talmir@camara.gov.br)

Presidente Prudente – SP: Av. Washington Luiz nº 2536 – Salas 902/903 – CEP 19023-450 - Fone: (18) 3223-6868

[clinarodrigues@speedymed.com.br](mailto:clinarodrigues@speedymed.com.br)



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**GABINETE DEPUTADO FEDERAL DR. TALMIR**

visando coibir a existência de veículos de comunicação independentes e acessíveis às comunidades.

Vivemos novos tempos onde o verdadeiro controle dos meios de comunicação, ao alcance dos cidadãos, é o “controle remoto”.

Nesta Emenda ao Substitutivo ao Projeto de Lei no. 5.641, de 2009, busco apresentar uma solução que permite a existência, a expansão e a modernização das TVs comunitárias, universitárias e educativas, criando mecanismos que propiciam a interação entre os vários atores da cadeia produtiva local de comunicação/expressão, produzindo ao mesmo tempo o desenvolvimento da cultura, das artes e da informação, com expressivos reflexos no desenvolvimento sócio-econômico local, expandindo o acesso à mídia televisiva aos micro e pequenos empresários e aos jovens empreendedores do setor de produção audiovisual.

A interferência que faço no substitutivo apresentado pelo nobre Relator, consiste da permissão, com limitações, da veiculação de comerciais efetuada por anunciantes da localidade abrangida pelo espectro de frequência concedido à emissora. As barreiras impostas determinam que os anunciantes sejam empresas de micro, pequeno e médio porte, não integrantes de cadeias, grupos ou conglomerados de porte nacional, e ainda, cujo conteúdo a ser veiculado seja produzido por agência ou produtora de audiovisual da localidade ou da microrregião, vedando a veiculação de programas de tele vendas.

Sala da Comissão, de novembro de 2010.

**DR. TALMIR**  
**DEP. FEDERAL PV/SP**