

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

## **PROJETO DE LEI Nº 6.059, DE 2009**

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 LUIZA ERUNDINA

### **I – RELATÓRIO**

O Projeto de Lei nº 6.059, de 2009, de autoria da Deputada Maria do Rosário, pretende obrigar Órgãos, Entidades, Empresas Públicas e Sociedades de Economia Mista das três esferas de governo a destinarem parcela de recursos aplicados na contratação de publicidade institucional e comercial às mídias regionais.

Alega a ilustre autora da matéria que a concentração de verbas publicitárias nas mãos de grandes empresas localizadas nas principais cidades brasileiras impede o surgimento e a viabilização econômica de mídias locais ou regionais.

Cabe à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática posicionar-se sobre o mérito da matéria, à qual não foram apresentadas emendas durante o prazo regimental.

É o relatório.

## II – VOTO DA RELATORA

Os meios de comunicação social em nosso País são controlados por um pequeno número de grupos empresariais, sendo que muitos desses grupos possuem jornais e emissoras de rádio e televisão que concentram grande parte da tiragem e da audiência da população brasileira.

Tendo como principal fonte de recursos as receitas publicitárias, os meios de comunicação dependem fortemente da veiculação de propaganda de órgãos da administração pública das três esferas de governo.

Concordamos, portanto, com a autora do projeto de lei em exame, que a alocação de verbas publicitárias desses órgãos deva ser democratizada, de forma a permitir o surgimento e a consolidação de grupos de comunicação social de menor porte, cuja atuação seja mais voltada às realidades locais e regionais.

Assim, a destinação de um percentual mínimo dessas verbas para as chamadas mídias regionais é uma iniciativa acertada e que encontra respaldo na Constituição Federal, à medida que contribui para uma maior promoção da cultura regional e para a regionalização da produção cultural, artística e jornalística, princípios elencados no art. 221 do texto constitucional no capítulo que trata da comunicação social.

Não obstante o indiscutível mérito da iniciativa legislativa em análise, a proposta apreciada carece de aperfeiçoamentos, notadamente no que tange à maior precisão de alguns de seus termos e, ainda, da explicitação de mecanismos de transparência e de fiscalização da aplicação dos recursos, dando ensejo, portanto, à apresentação de um Substitutivo com as alterações a seguir discriminadas.

Inicialmente, convém inserir as expressões “veículo jornalístico” e “entidades sem fins lucrativos” no dispositivo que define “mídia regional” (art. 2º), de modo a evitar indevida restrição do seu alcance. Tal alteração, todavia, está em consonância com o espírito geral do projeto.

Do mesmo modo, necessário se faz esclarecer que o montante de recursos destinado à veiculação de publicidade institucional fixado no *caput* do art. 3º corresponde a um valor mínimo, daí a proposta de inclusão

da expressão “pelo menos”, sob pena de que o percentual estabelecido seja tomado eventualmente como limite máximo.

Entendemos relevante, também, que a lei vincule a regionalização de recursos ao atendimento de determinadas finalidades. Assim, pretendemos que essa distribuição mais equânime dos recursos de publicidade estatal contribua para: o incremento da liberdade de expressão, do direito à informação e da pluralidade e diversidade informativa; contemplar a diversidade de raças, etnias, orientações sexuais, classes e credos; finalmente, fortalecer a produção cultural local e a ampliação de empregos. Para isso, optamos por incluir novo art. 4º, renumerando-se os seguintes.

No que diz respeito às condições para que tais veículos recebam os benefícios previstos na lei, deve ser considerada a necessidade de, explicitamente, instituir outras vedações ao lado daquelas já previstas originalmente no projeto (art. 4º), para evitar que sejam beneficiados: entes em cuja propriedade ou quadro societário ou de gerência constem ocupantes de cargos públicos eletivos (como, vereadores, prefeitos, deputados, senadores ou governadores) ou seus parentes até o segundo grau; entes com participação de instituições financeiras ou grupos controladores destas.

O estabelecimento de mecanismos de diálogo do veículo beneficiado com o público alvo é medida salutar dada a necessidade de se alcançar, em última instância, a realização do interesse público, daí a estipulação de diretriz para que tais entes estabeleçam interações com conselho de leitores, ouvintes e telespectadores, além de ouvidorias e ombudsman.

Outrossim, deve-se assegurar que tais mídias veiculem conteúdo eminentemente editorial, afastando-se do benefício aqueles que pretendem exclusivamente fazer publicidade.

Todas essas medidas estão consubstanciadas em novos incisos IV, V e VI incluídos no art. 5º (art. 4º do texto original).

No que tange ao controle e à fiscalização das verbas de publicidade oficial que forem destinadas às mídias regionais. Para evitar que o uso desses recursos seja submetido a interferências políticas, é imprescindível a adoção de instrumentos de transparência de gestão fiscal sobre eles.

Por esse motivo, propomos que a aplicação de recursos públicos de publicidade nas mídias regionais obedeça a regras rígidas de transparência, controle e fiscalização. Nesse sentido, sugerimos a adoção das seguintes medidas, constantes do § 1º do art. 6º:

- publicação, inclusive na internet, de informações pormenorizadas sobre os veículos de mídia regional beneficiários dos recursos aplicados na forma do Projeto de Lei em tela, inclusive com a relação de seus proprietários e o montante e percentual de recursos destinados a cada um deles;
- disponibilização de informações sobre o desembolso dos recursos de que trata o Projeto a qualquer cidadão que vier a demandá-las;
- realização de audiências públicas para escolha dos critérios de seleção das mídias regionais destinatárias das verbas oficiais de publicidade;
- realização de chamadas públicas previamente à seleção dos veículos de mídia regional beneficiários dos recursos de que trata o Projeto;
- prestação de contas dos órgãos, entidades, empresas públicas e sociedades de economia mista perante o Tribunal de Contas de sua jurisdição em relação aos recursos aplicados nas mídias regionais;
- elaboração e ampla divulgação, pelo Poder Público, de relatório anual sobre os recursos aplicados em conformidade com o disposto na proposição.

Ainda nesse espírito, parece conveniente que conselhos de comunicação social em âmbito estadual, distrital ou municipal contribuam para avaliar se os veículos beneficiados cumprirão os critérios e princípios já elencados, proposta esta inserida no § 2º do art. 6º.

Por derradeiro, definimos que, a cada seis meses, sejam realizadas audiências públicas em âmbito dos poderes legislativos estaduais, distritais ou municipais, oportunidade na qual os administradores públicos e os beneficiários pelos recursos apresentarão prestação de contas, com a participação de leitores, ouvintes e telespectadores, tudo nos termos do § 3º do art. 6º.

Portanto, a proposta constante do Substitutivo, ao mesmo tempo em que preserva o objetivo original do projeto de estimular a

regionalização da produção cultural no País, também assegura o uso eficiente dos recursos públicos destinados aos veículos de mídia regional.

Concluindo, votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 6.059, de 2009, na forma do Substitutivo ora apresentado.

Sala da Comissão, em

Deputada LUIZA ERUNDINA  
Relatora

2010\_5061\_215

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

### **SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 6.059, DE 2009**

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.

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” o veículo jornalístico 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, entidades sem fins lucrativos ou empresas de médio e pequeno porte.

Art. 3º As seguintes instituições deverão destinar às mídias regionais pelo menos 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 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 diversidade informativa;
- III - considerar a diversidade de raças e etnias, orientações sexuais, classes sociais e credos que compõem o contingente populacional;
- IV - fortalecer a produção cultural local e a ampliação de empregos diretos.

Art. 5º 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;
- IV - não possuir:
  - a) entes em cuja propriedade ou quadro societário ou de gerência constem ocupantes de cargos públicos eletivos ou seus parentes até o segundo grau;
  - b) entes com participação de instituições financeiras ou grupos controladores destas;
- V - estabelecer mecanismos de diálogo com a população, notadamente um conselho de leitores, ouvintes e telespectadores, além de ouvidorias e ombudsman, no intuito de garantir a transparência e a possibilidade de os cidadãos e cidadãs se expressarem quanto à prestação do serviço;
- VI – ter conteúdo eminentemente editorial.

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. 6º O Poder Executivo deverá estabelecer medidas para assegurar transparência, controle e fiscalização na alocação dos recursos que forem destinados para as mídias regionais na forma do art. 3º.

§ 1º Dentre as medidas de que trata o caput, deverão estar inclusas:

I – publicação, inclusive na internet, de informações pormenorizadas sobre as mídias beneficiárias dos recursos, inclusive a relação de seus proprietários e o montante e percentual de recursos destinados a cada uma delas;

II – disponibilização, em tempo razoável, das informações de que trata o inciso I a qualquer pessoa física ou jurídica que vier a demandá-las;

III – realização de audiências públicas para escolha dos critérios de seleção das mídias regionais destinatárias dos recursos;

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 aos 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 os órgãos responsáveis por avaliar se os veículos de comunicação proponentes cumprem com os critérios estabelecidos e princípios elencados.

§ 3º Após o recebimento do recurso, a cada seis meses devem ser realizadas audiências públicas nas Câmaras Municipais ou Assembléias 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. 7º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em

Deputada LUIZA ERUNDINA  
Relatora

2010\_5061\_215