

COMISSÃO DE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Emenda ao Substitutivo ao Projeto de Lei Nº 516, DE 2007. (Apenso: PL 4.048/2008)

Altera a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que “dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências”.

EMENDA MODIFICATIVA

Dê-se aos artigos 1º e 2º a seguinte redação:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que “dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências”, para prever a veiculação de programas e campanhas educativos e informações acerca de temas relacionados ao meio ambiente pelas emissoras de rádio e televisão.

Art. 2º O art. 13 da Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, passa a vigorar acrescido do seguinte § 2º, passando o atual parágrafo único a ser o § 1º:

“Art. 13.....

§ 2º Para a difusão dos programas e campanhas de que trata o inciso I do § 1º:

I – as emissoras de rádio e televisão devem disponibilizar, um minuto a cada duas horas de programação, distribuídos uniformemente ao longo da sua programação diária que poderão ser diretamente contratadas pelo Poder Executivo ou admitida a possibilidade de que as emissoras as comercializem a patrocinadores, com divulgação de apoio.

II – os meios de comunicação impressos devem disponibilizar 1% (um por cento) do espaço impresso, distribuído uniformemente ao longo da publicação, para que seja contratado pelo Poder Executivo (NR)”

III- O material a ser divulgado será fornecido gratuitamente às emissoras pelo órgão competente do Poder Executivo nos termos e condições fixados em regulamento.

JUSTIFICATIVA

Em que pese a nobreza da intenção e a clareza inequívoca de que a educação à preservação ambiental é assunto de fundamental importância cabem algumas considerações:

Inicialmente é preciso que nos lembremos de que Serviço de Radiodifusão brasileiro contempla as modalidades educativa, comunitária e comercial e nos sistemas público, estatal e privado

Tendo por premissa tratar-se a radiodifusão de um serviço a ser recebido de forma aberta, livre e gratuita pelo público em geral, contam as emissoras comerciais tão somente com o tempo máximo de 25 % de sua operação diária destinado à exibição publicitária, fonte única de custeio de suas operações.

Distintamente, no sistema público e estatal as emissoras são financiadas via dotação orçamentária estadual ou federal, independentemente de resultados de audiência ou eficiência no mercado publicitário.

Já no caso de emissoras educativas e comunitárias, cabe ao pretendente à sua exploração, comprovar de antemão a existência de entidade mantenedora e condições de sustentabilidade, uma vez que não comportam, ou não deveriam comportar a prática exclusiva de veículos comerciais.

E apesar de suas condições peculiares as emissoras de radiodifusão comerciais têm, há décadas, dado exemplos de engajamento em ações voluntárias participando e divulgando inúmeras e freqüentes campanhas de interesse público, nacionais, estaduais e municipais e proporcionando ampla cobertura jornalística, em sintonia com os interesses públicos.

Por oportuno vale mencionar que, somam-se a essas ações voluntárias um conjunto amplo de obrigações, previstas contratualmente:

- 1) destinar no mínimo de 5% (cinco por cento) do horário de sua programação diária à transmissão de serviço noticioso;
- 2) limitar ao máximo de 25% (vinte e cinco por cento) do horário de sua programação diária o tempo destinado a comerciais;
- 3) integrar gratuitamente as redes de radiodifusão, quando convocadas pela autoridade competente;
- 4) obedecer às instruções baixadas pela Justiça Eleitoral, referente à propaganda eleitoral;
- 7) irradiar, com indispensável prioridade, e a título gratuito, os avisos expedidos pela autoridade competente, em casos de perturbação da ordem pública, incêndio ou inundação, bem como os relacionados com acontecimentos imprevistos;
- 8) irradiar, diariamente, os boletins ou avisos do serviço meteorológico.

Nesse sentido, a cessão graciosa de 12 minutos diários na programação das emissoras privadas, sem compensação, torna-se injusta.

É fundamental lembrar que tramitam no Congresso Nacional dezenas de Projetos de Lei, com a finalidade de dedicar tempo de emissoras de rádio e de televisão a campanhas diversas, nenhuma menos nobre do que outra.

No entanto, se por hipótese todos fossem aprovados, e outros tantos fossem apresentados e igualmente aprovados, asfixiar-se-ia cada veículo de comunicação comercial, na capacidade de se custear.

Nesse sentido independentemente do fato de que emissoras de televisão ou rádio configurem concessões, autorizações ou permissões públicas, há que se respeitar a condição das emissoras comerciais, assim definidas legalmente, únicas objeto de licitação paga e dependentes exclusivamente do mercado publicitário para sobreviver.

Estabelecer a cessão compulsória de tempo delas significa suprimir-lhes o único item que têm para vender.

Parece-nos portanto razoável que a demanda de cessão de tempo tenha como contrapartida ou a contratação do referido espaço, por quem quer que se interesse pela divulgação da mensagem, ou então que seja admitida a possibilidade de que o veículo comercialize a mensagem a ser divulgada.

Tendo em vista o relevante alcance social e os interesses de que se reveste esta proposição, espero contar com o apoio do nobre relator e membros desta casa.

Sala da Comissão, em 23 de agosto de 2011.

Deputado Marcos Montes