

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 701, DE 2015

(Apensados: PL nº 1.050/2015 e PL nº 3.134/2015)

Altera o parágrafo 5º do artigo 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, que "dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado".

Autor: Deputado ODORICO MONTEIRO

Relator: Deputado PAULO MAGALHÃES

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 701, de 2015, altera a Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, estabelecendo novas formas de financiamento para as emissoras públicas dentro do Serviço de Acesso Condicionado, prevendo que tais canais, entre os quais se incluem as emissoras legislativas, o canal educativo e as emissoras universitárias, poderão admitir veiculação remunerada de publicidade institucional, bem como propaganda e publicidade comercial, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida e limitados a três minutos por hora de programação.

Atualmente, esses canais, chamados de “canais de programação do campo público de distribuição obrigatória”, não admitem veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos, sendo permitido tão somente patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural.

A proposição em tela amplia as modalidades de financiamento dessas emissoras, mas impõe a delimitação geográfica, restringindo a publicidade aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida e limitadas a três minutos por hora de programação.

Ao defender a aprovação da proposição, o autor, Deputado Odorico Monteiro, justifica que permitir a publicidade comercial local é uma medida necessária para prover a democratização da comunicação social no Brasil, dando sustentabilidade financeira às emissoras do campo público.

O Projeto de Lei nº 701, de 2015, tramita com os seguintes apensos: Projeto de Lei nº 1050, de 2015, e Projeto de Lei nº 3134, de 2015. A primeira proposição, de autoria do Deputado Adelmo Carneiro Leão, altera o §5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, para admitir, apenas nos canais comunitários previstos no inciso VIII do mesmo artigo, patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural, veiculação remunerada de publicidade institucional, bem como propaganda e publicidade comercial, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida e limitados a três minutos por hora de programação.

Já o Projeto de Lei nº 3134, de 2015, de autoria da Deputada Margarida Salomão, modifica o mesmo dispositivo da Lei 12.485/2011, e aplica as mesmas regras do projeto anterior para o canal da Câmara dos Deputados e o canal de cidadania, ambos previstos no art. 32 da Lei nº 12.485/2011. Ou seja, nesses canais seria admitida também a propaganda e publicidade comercial, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida e limitados a três minutos por hora de programação.

A proposição e seus apensos foram distribuídos às Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e Constituição e Justiça e de Cidadania, na forma do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, estando sujeitos à apreciação conclusiva pelas Comissões. No prazo regimental, não foi apresentada emenda aos projetos. Em 15 de junho de 2016, o então relator da matéria nesta Comissão, Deputado Bilac Pinto,

apresentou seu Relatório com Substitutivo pela aprovação das proposições, com o qual concordamos integralmente, e usamos como base para a elaboração deste Parecer.

Posteriormente, foi apresentada emenda ao Substitutivo, de autoria do Deputado Sibá Machado, no sentido de incluir na Lei do SeAC o canal destinado às notícias sobre saúde e combate a doenças no Brasil.

É o Relatório.

II - VOTO DO RELATOR

Desde a aprovação da Lei do Serviço de Acesso Condicionado - SeAC (Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011) o número de assinantes do serviço aumentou de 12,7 milhões para 19,6 milhões, entre 2011 e 2015, conforme dados da Associação Brasileira de TV por assinatura¹ e conceitos novos foram introduzidos, como as cotas para conteúdo nacional e de caráter regional. Outro aspecto foi a introdução da obrigatoriedade de transmissão de canais de programação de distribuição obrigatória, públicos e de conteúdo educativo.

Esta obrigatoriedade, estabelecida pelo artigo 32 da referida Lei, significou avanço no sentido da complementariedade dos sistemas privado, público e estatal, honrando o art. 223 da Constituição brasileira, e abrange os canais reservados para: Câmara dos Deputados; Senado Federal; Supremo Tribunal Federal; Poder Executivo, além do canal educativo e cultural; canal comunitário; canal de cidadania; canal de legislativo local e municipal e, por fim, o canal universitário.

Entretanto, incluiu-se na Lei do SeAC o § 5º do art. 32, que veda veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos, assim como a transmissão de publicidade comercial, admitindo-se apenas o patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural.

¹ Disponível em: http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp. Acessado em 23.05.2016

Agora, passados seis anos de aprovação da Lei do SeAC, é possível dar um passo adiante no sentido de fomentar e fortalecer o ramo público da comunicação brasileira, especialmente por meio do incentivo dos chamados canais de programação de distribuição obrigatória e de cidadania da TV Digital.

Sabemos que a restrição à veiculação de publicidade é um fator inibidor do crescimento destas emissoras, uma vez que elas não dispõem de fontes de recursos permanentes e suficientes para manter o custeio, além de logística, infraestrutura e produção audiovisual. Dessa forma, consideramos oportuna a proposta do Projeto de Lei nº 701, de 2015, que abre a possibilidade de acolhimento de publicidade nessas emissoras, desde que limitada no espaço e no tempo, ou seja, no limite de apenas três minutos por hora da programação diária, para anunciantes inseridos no raio de distância da área de cobertura da emissora. No entanto, vislumbramos, ao tratar da matéria, a possibilidade de progredir um pouco mais para criar um programa mínimo de sustentabilidade financeira do setor, que possa suprir a lacuna de real política de financiamento da comunicação de natureza pública no Brasil, voltada para o atendimento do interesse público.

Assim, apresentamos Substitutivo com alterações na legislação que trata do tema, a partir das sugestões dos projetos de lei em exame. Em primeiro lugar, estamos inserindo alteração na Medida Provisória que criou a Condecine, a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica, de modo que parte dos recursos da contribuição do audiovisual seja destinada aos canais de veiculação obrigatória previstos nos incisos de II a XI do art. 32 da Lei do SeAC, entre eles, as TVs legislativas, o canal reservado ao Poder Executivo, o canal educativo e cultural, o canal comunitário e o canal de cidadania. A materialização do incentivo que propomos veio por meio da obrigatoriedade de destinação de pelo menos 10% dos recursos aplicados por meio do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro – PRODAV - e do Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e do Audiovisual - PRÓ-INFRA -

para fomentar a produção e demais etapas de veiculação dos canais de veiculação da Lei do SeAC já mencionados.

Dessa forma, torna-se mais incisivo o comando para que tais canais recebam parte, ainda que pequena no início, dos vultosos recursos que têm sido arrecadados pela Condecine, responsável pela reativação da indústria audiovisual, em especial o cinema, no Brasil.

A medida se faz necessária por algumas razões: os custos de produção audiovisual são elevados; o advento da TV Digital traz nova oportunidade para incentivo à criação das emissoras do campo público, por meio do art. 13 do Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006, que estabelece que a União poderá explorar o serviço de radiodifusão de sons e imagens em tecnologia digital, incluindo os canais de educação, cultura e cidadania.

Assim, o Substitutivo que apresentamos cria instrumentos para dar sustentabilidade financeira para a radiodifusão de sons e imagens comunitária no Brasil, bem como incentivar as emissoras educativas. O cerne da proposta é destinar parte dos recursos da Condecine, medida que segue a lógica do bem-sucedido modelo inglês da BBC, que é o modelo de comunicação pública no mundo. Com a vantagem de que os recursos já existem e são utilizados de maneira bem-sucedida para o fomento da produção audiovisual brasileira, inclusive a regional e independente. Assim, estamos incluindo também a produção audiovisual comunitária no rol dos beneficiários dos recursos, inclusive com cumprimento de percentual mínimo de recursos a serem investidos neste segmento do mercado.

Para enfrentar a situação insustentável do ponto de vista econômico-financeiro das emissoras do campo público, acolhemos também no Substitutivo a possibilidade de publicidade comercial limitada a três minutos por hora da programação, proposta nos três projetos de lei em exame, assegurando assim moderada injeção de recursos no caixa das emissoras, sem desvirtuar a sua vocação para uma programação de caráter não comercial, comunitário e de interesse público. Sabemos que a internet tem concorrido diretamente com as TVs no mercado de mídia no Brasil, e poderá levar até 37,6% do total da publicidade do setor, superando as verbas da

televisão a partir do ano de 2017, conforme estimativas do setor. Dentro de uma sociedade conectada, permitir a publicidade nesses veículos de baixo alcance, limitada aos estabelecimentos da localidade é uma medida de boa eficácia e grande razoabilidade.

Ademais, estamos propondo alteração na Lei que regula as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda (Lei nº 12.232, de 2010), de modo que, pelo menos 10% dos recursos destinados à contratação dos serviços de publicidade governamental serão destinados aos canais de veiculação obrigatória da Lei do SeAC, permitindo assim maior democratização na destinação dos gastos com publicidade por parte da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Na mesma linha, criamos também artigo para que pelo menos 5% da verba publicitária governamental sejam destinados às emissoras de radiodifusão com fins exclusivamente educativos, de que trata o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Estabelecemos dispositivo que uniformiza o conceito de “patrocínio institucional” conforme os preceitos constitucionais, ou seja, “a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, que deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”, nos termos do § 1º do art. 37 da Constituição Federal.

Por fim, também julgamos necessário clarificar o que vem a ser o patrocínio de programas, na forma de apoio cultural, oferecendo-se, assim, segurança jurídica e legal para que empresas de âmbito local ou nacional invistam também neste ramo da televisão brasileira. A redação proposta é a seguinte: *“para os fins do disposto no § 5º acima citado, entende-se por apoio cultural a divulgação de propagandas institucionais do nome e marca do patrocinador, em que não podem ser propagados bens, produtos, preços, condições de pagamento, ofertas, vantagens e serviços ou qualquer outra informação de finalidade comercial que, por si só, promovam a pessoa jurídica*

patrocinadora, limitado o patrocínio aos gastos relativos à transmissão de parte da programação ou de um programa específico”.

Diante do exposto, nosso voto é pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 701, de 2015, do Projeto de Lei nº 1050, de 2015, e do Projeto de Lei nº 3134, de 2015, na forma do Substitutivo acolhendo a Emenda nº 1.

Sala da Comissão, em de de 2017.

Deputado PAULO MAGALHÃES
Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 701, DE 2015

(Apensados: PL nº 1.050/2015 e PL nº 3.134/2015)

Altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 31 de setembro de 2001; a Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011; e a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para estimular a produção audiovisual nos canais de programação do campo público de distribuição obrigatória dos serviços de TV por assinatura.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera o art. 47 da Medida Provisória nº 2.228-1, de 31 de setembro de 2001; o art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011; e dispositivos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para estimular a produção audiovisual nos canais de programação do campo público de distribuição obrigatória dos serviços de TV por assinatura.

Art. 2º Acrescentem-se os §§ 3º e 4º ao art. 47 da Medida Provisória nº 2.228-1, de 31 de setembro de 2001, com a seguinte redação:

“Art. 47.....

.....

§ 3º Pelo menos 10% (dez por cento) dos recursos alocados anualmente nos programas previstos nos incisos II e III deste artigo serão destinados à promoção audiovisual dos canais previstos nos incisos II a XI do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, e sua destinação será feita por meio da realização de editais de licitação realizados com periodicidade mínima de 6 (seis) meses pelo órgão responsável, na forma da regulamentação.

§ 4º Eventuais canais explorados pela União no serviço de radiodifusão de sons e imagens em tecnologia digital para fins

educativos, culturais e de cidadania, nos termos do art. 13 do Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006, deverão receber 50% (cinquenta por cento) do montante alocado nos termos do § 3º deste artigo.”

Art. 3º Altere-se o § 5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, e inclua-se o § 5º-A, na referida Lei, com as seguintes redações:

“Art. 32.....

.....

§ 5º Os canais previstos nos incisos II a XI deste artigo, que não terão caráter privado, poderão admitir patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural, veiculação remunerada de publicidade institucional, bem como propaganda e publicidade comercial, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida e limitados a três minutos por hora de programação diária.

§ 5º-A Para os fins do disposto no § 5º deste artigo, entende-se por apoio cultural a divulgação de propagandas institucionais do nome e marca do patrocinador, em que não podem ser propagados bens, produtos, preços, condições de pagamento, ofertas, vantagens e serviços ou qualquer outra informação de finalidade comercial que, por si só, promovam a pessoa jurídica patrocinadora, limitado o patrocínio aos gastos relativos à produção, programação, empacotamento e distribuição de parte da programação ou de um programa específico.”(NR)

Art 4º O art. 32, da Lei nº 12.485, de 2011, é incluído do inciso XII e passa a vigorar com a seguinte alteração:

“Art.32.....

.....

XII – um canal reservado à saúde, organizado pelo Governo Federal, destinado ao aperfeiçoamento de profissionais da saúde e ao fortalecimento das ações de prevenção de doenças e de promoção da saúde.

Art. 5º Incluem-se o art. 4º-A e o art. 4º-B na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com as seguintes redações:

“Art. 4º-A Pelo menos 10% (dez por cento) dos recursos alocados para serviços de publicidade de que trata esta Lei deverão ser aplicados no fomento da produção audiovisual dos canais previstos nos incisos II a XI do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, na forma de patrocínio institucional, conforme planejamento a ser definido no plano de comunicação publicitária, na forma da regulamentação.”

Art. 4º-B. Pelo menos 5% (cinco por cento) dos recursos alocados para serviços de publicidade de que trata esta Lei deverão ser aplicados no fomento da produção audiovisual das emissoras de radiodifusão com fins exclusivamente educativos, de que trata o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, na forma da regulamentação.

Parágrafo único. Compreende-se por patrocínio institucional a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, que deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, nos termos do § 1º do art. 37 da Constituição Federal.” (NR)

Art. 6º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2017.

Deputado PAULO MAGALHÃES
Relator