

PARECER N° , DE 2015

Da COMISSÃO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA, sobre o Projeto de Lei do Senado nº 630, de 2011, do Senador Benedito de Lira, que *cria horários obrigatórios de inserções gratuitas destinadas à divulgação, pelos Estados e pelo Distrito Federal, de Municípios em seus territórios, pertencentes às regiões turísticas do Brasil, definidos pelo programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo.*

RELATOR: Senador VALDIR RAUPP

I – RELATÓRIO

Encontra-se na Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT), para exame, o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 630, de 2011, que pretende criar horários obrigatórios de inserções gratuitas nas emissoras de rádio e televisão para divulgação de regiões turísticas do Brasil, conforme definidas pelo programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo.

Segundo seu autor, Senador Benedito de Lira, “a política do Governo Federal, estabelecida no Plano Nacional do Turismo, contempla, entre outras ações, o fortalecimento do turismo interno e a promoção do turismo como fator de desenvolvimento regional”. Assim, afirma que “a medida proposta apresenta-se como instrumento de realização dessa política pública, que visa à expansão e à consolidação do turismo interno brasileiro”. E justifica que, “além de fomentar o desenvolvimento socioeconômico, a proposta de criar horários obrigatórios, no rádio e televisão, de propaganda gratuita para difundir as regiões turísticas dos Estados e do Distrito Federal promove a divulgação do patrimônio histórico, artístico e cultural do país e contribui para o processo de conscientização nacional de proteção ao meio ambiente”.



SF/15045.07509-40

Nos termos do art. 2º do projeto, os Estados e o Distrito Federal terão direito a até dez inserções de trinta segundos ou cinco de um minuto por horário de exibição diário, podendo utilizar-se de até três dias por semestre (*caput*). Serão dois os horários de exibição diários para as inserções, um matutino, entre sete e nove horas, e, um noturno, entre vinte e vinte e duas horas (§ 1º). As inserções definidas serão exibidas às terças, quintas ou sextas-feiras (§ 2º). Para a realização dessas inserções, os Estados e o Distrito Federal deverão encaminhar, com antecedência mínima de quinze dias, solicitação ao Ministério das Comunicações (§ 3º). Havendo mais de uma solicitação para determinado dia, terá preferência aquela que primeiro for protocolada (§ 4º).

No § 5º do mesmo art. 2º, o PLS nº 630, de 2011, veda que as inserções contenham menção a:

I – publicidade de obras, programas ou ações governamentais, assim como a utilização de imagens de inauguração ou execução de obras, programas ou ações governamentais;

II – participação de membros dos Poderes Públicos ou de servidores públicos das esferas federal, estadual ou municipal;

III – utilização de imagens ou cenas incorretas ou incompletas, efeitos ou quaisquer outros recursos que distorçam ou falseiem os fatos ou a sua comunicação;

IV – mensagem de cunho discriminatório ou que estimule a rivalidade entre diferentes regiões do País.

A proposição proíbe, ainda, que nos dias de exibição de inserções gratuitas seja veiculada propaganda turística paga de Estados, do Distrito Federal e de Municípios em qualquer horário (§ 6º).

O não cumprimento do disposto no art. 2º por qualquer Estado ou pelo Distrito Federal será punido com a perda do direito às inserções durante doze meses (§ 7º). A fiscalização do cumprimento dessas determinações ficará a cargo do órgão competente do Poder Executivo (§ 8º).

O art. 3º estabelece que as transmissões previstas sejam gratuitas, realizadas em âmbito nacional e estadual, e que as gravações dos programas



publicitários sejam encaminhadas às emissoras com a antecedência mínima de três dias em relação à data prevista da transmissão. Para agilizar os procedimentos, condições especiais podem ser pactuadas diretamente entre as emissoras de rádio e de televisão e os governos estaduais ou distrital, obedecidos os limites estabelecidos no projeto, dando-se conhecimento ao Ministério das Comunicações (art. 4º).

Por fim, a proposição determina a suspensão da veiculação dos anúncios previstos a pelo menos quatro meses do pleito eleitoral (art. 5º).

A cláusula de vigência determina a entrada em vigor da lei proposta na data de sua publicação (art. 6º).

Durante o prazo regimental foram apresentadas três emendas, todas de autoria do Senador Alvaro Dias, a seguir descritas:

Emenda nº 1-CCT

Propõe nova redação ao art. 2º da proposição para determinar que a obrigação pretendida pelo Senador Benedito Lira se aplique apenas às emissoras públicas, educativas e comunitárias, uma vez que essas independem de audiência para obtenção de seus recursos para custeio de operações e estão impedidas legalmente da prática da venda de espaço para anúncios.

Emenda nº 2 – CCT

Propõe a supressão do § 6º do art. 2º do projeto, uma vez que as emissoras públicas, educativas e comunitárias estão impedidas da venda de espaço publicitário em suas programações.

Emenda nº 3 – CCT

Na mesma linha da emenda nº 1, propõe nova redação ao art. 3º para prever que as determinações do PLS nº 630, de 2011, se apliquem apenas às emissoras públicas, educativas e comunitárias de rádio e de televisão.

Após exame nesta Comissão, o PLS nº 630, de 2011, será encaminhado à Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo (CDR), para apreciação em caráter terminativo.



II – ANÁLISE

Tendo em vista que o presente PLS será posteriormente apreciado pela CDR, em caráter terminativo, é competência regimental desta Comissão examinar-lhe os aspectos relacionados com o que determina o art. 104-C do Regimento Interno do Senado Federal (RISF).

Referimo-nos, nesse particular, à questão da comunicação, ou seja, importa examinar a conveniência e a eficácia da veiculação de mensagens, via rádio e televisão, que divulguem nossos destinos turísticos. Deve também ser analisado o impacto da referida obrigação sobre as concessionárias do serviço de radiodifusão.

Do ponto de vista da contribuição que esses canais de comunicação podem prestar ao processo de conhecimento, pelos brasileiros, de toda a riqueza turística existente em nosso País, não há o que questionar. Na realidade atual, não há como deixar de reconhecer a força comunicativa desses veículos, que podem e devem constituir componentes importantes no esforço da promoção turística.

No entanto, é preciso ter em mente que as ocupações compulsórias da grade de programação das concessionárias de radiodifusão, quando determinadas pela legislação, podem acarretar perda de espaço que poderia ser utilizado com publicidade comercial. Não há como negar que a atividade da radiodifusão presta-se à exploração econômica, ao lucro, razão essa responsável pelo interesse dos concessionários em substituir o Estado na execução desses serviços. Em consequência desse fim nitidamente econômico, o concessionário precisa ter garantias legais que lhe assegurem o resultado financeiro pretendido. Veja-se que não há, no projeto em exame, menção a qualquer forma de compensação pela perda de receita derivada do tempo a ser utilizado com as mensagens.

Sabidamente, a Constituição Federal consagrou, no *caput* do art. 223, a existência de três sistemas de radiodifusão complementares, o privado, o público e o estatal. Criado pela Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, o sistema público de radiodifusão distingue-se do sistema privado especialmente pelos objetivos que persegue em sua programação. Incluem-se a diversidade nas abordagens educativa, cultural e informativa; a preocupação com a promoção da cidadania; a cooperação com os processos educacionais e



de formação do cidadão; bem como processos de inclusão social e de socialização.

Também as rádios comunitárias não visam ao lucro e têm finalidades muito próprias. A principal delas, e que dá o contorno ao seu funcionamento, é exatamente a vinculação direta das emissoras às comunidades por elas atendidas, de forma a difundir as “ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos” da população local, formando, integrando e estimulando o convívio social.

Nesse contexto, conforma-se aos objetivos de tais entidades, e não aos das emissoras privadas, a abertura de espaços para a veiculação de mensagens como as propostas pelo projeto de lei em exame. Mantidas com recursos públicos, nada mais justo do que as emissoras públicas de rádio e televisão participarem do esforço de divulgação da riqueza turística existente em nosso País.

Por essas razões, consideramos oportunas as emendas apresentadas pelo nobre Senador Alvaro Dias no sentido de determinar que a obrigação pretendida pelo projeto em exame se aplique apenas às emissoras públicas, educativas e comunitárias. Observe-se que essas emissoras independem de audiência para obtenção de seus recursos para custeio de operações e estão impedidas legalmente da prática da venda de espaço para anúncios. Somos de parecer, portanto, pelo acolhimento das emendas n^{os} 1, 2 e 3.

III – VOTO

Diante de todo o exposto, opinamos pela **aprovação** do Projeto de Lei do Senado n^o 630, de 2011, e das emendas n^{os} 1, 2 e 3.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator

