



SENADO FEDERAL
Gabinete Senador ACIR GURGACZ

PARECER Nº , DE 2018

Da COMISSÃO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA, sobre o Projeto de Lei do Senado nº 27, de 2016, do Senador Hélio José, que *altera o § 5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, que “dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado”*.



SF/18069.84312-56

RELATOR: Senador **ACIR GURGACZ**

I – RELATÓRIO

É submetido ao exame da Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT), o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 27, de 2016, de autoria do Senador Hélio José.

A referida proposição busca modificar o § 5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, para possibilitar que os canais comunitários distribuídos pelas operadoras de TV por assinatura possam admitir, na sua programação, a veiculação remunerada de propaganda e publicidade comercial, limitada a três minutos por hora de programação.

O PLS nº 27, de 2016, foi distribuído a este Colegiado para decisão terminativa, e não foi objeto de emendas.

II – ANÁLISE

Nos termos do inciso VII do art. 104-C do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), compete a este Colegiado deliberar sobre proposições relacionadas à comunicação e à televisão, como é o caso do projeto em tela.



SENADO FEDERAL
Gabinete Senador ACIR GURGACZ

Por se tratar de decisão terminativa, incumbe à CCT examinar também os aspectos relativos à constitucionalidade, à juridicidade e à regimentalidade.

A proposição atende aos requisitos constitucionais formais relativos à competência legislativa da União, conforme o art. 22, inciso IV, da Constituição Federal, e às atribuições do Congresso Nacional, de acordo com o art. 48, inciso XII. Nesse sentido, não contraria preceitos ou princípios da Carta Magna, não havendo objeções a respeito de sua constitucionalidade material.

No que tange à juridicidade e à regimentalidade, de igual modo, a proposição se mostra adequada.

No mérito, deve-se registrar a relevância da presente proposição.

Os canais comunitários têm origem na Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995 (Lei de TV a Cabo), estando então inseridos no rol dos denominados *canais básicos de utilização gratuita*, de disponibilização compulsória pelas operadoras de TV a cabo, desde que gerados na sua área de prestação de serviço. Sua previsão estava vinculada à lógica de ampliação do número de canais televisivos, possibilitada pela implantação de redes físicas de distribuição, e da necessidade de estimular a produção local de conteúdo de TV.

Com a aprovação da Lei nº 12.485, de 2011, que passou a disciplinar a programação e a distribuição dos serviços de TV por assinatura em todas as suas modalidades – TV a cabo, TV por satélite e TV por micro-ondas –, agrupados sob a égide do novo Serviço de Acesso Condicionado (SeAC), os canais comunitários passaram a integrar os chamados *canais de programação de distribuição obrigatória*, também de disponibilização compulsória por suas operadoras.

De acordo com o referido instrumento legal, os canais comunitários, de utilização livre e compartilhada por entidades não-governamentais e sem fins lucrativos, estão proibidos de veicular anúncios remunerados ou utilizar qualquer prática que configure a comercialização de seus intervalos, inclusive a transmissão de publicidade comercial. Por outro lado, a lei permite o patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural.



SF/18069.84312-56



SENADO FEDERAL
Gabinete Senador ACIR GURGACZ

Para o autor da iniciativa, entretanto, por não possuir vínculos com agentes econômicos e desenvolver um papel essencial para a informação e a integração das comunidades onde operam, esses canais necessitam de novas fontes de financiamento, capazes de manter sua programação no ar. Nada mais justo. A sobrevivência dos canais comunitários passa pela possibilidade de auferir receitas com a comercialização dos intervalos de sua programação, o que nos leva a apoiar a aprovação do PLS nº 27, de 2016.

Todavia, o projeto necessita de ajustes.

Isso porque a redação proposta para o § 5º do art. 32 da Lei nº 12.485, de 2011, suprime as regras de publicidade dos outros canais elencados no *caput* do dispositivo, quais sejam o canal da Câmara dos Deputados, o canal do Senado Federal, o canal do Supremo Tribunal Federal, o canal reservado à radiodifusão pública, o canal da emissora oficial do Poder Executivo, o canal educativo e cultural, o canal da cidadania e o canal legislativo municipal/estadual.

Para corrigir o equívoco, sugerimos a manutenção do § 5º para esses canais e a criação de um § 5º-A que trate exclusivamente dos canais comunitários, nos termos originalmente propostos pela iniciativa em exame e a inclusão do canal universitário.

III – VOTO

Diante do exposto, o voto é pela **aprovação** do Projeto de Lei do Senado nº 27, de 2016, nos termos do substitutivo que oferecemos a seguir:

EMENDA Nº - CCT (SUBSTITUTIVO)

PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 27, DE 2016

Altera a Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, que “dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória



SF/18069.84312-56



SENADO FEDERAL
Gabinete Senador ACIR GURGACZ

nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências”, para possibilitar a veiculação de publicidade comercial nos canais comunitários.



SF/18069.84312-56

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, para possibilitar a veiculação de publicidade comercial nos canais comunitários.

Art. 2º O art. 32 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, passa a vigorar com a seguinte redação:

“**Art. 32.**

.....

§ 5º Os canais previstos nos incisos II a VII, IX e X do *caput* deste artigo não terão caráter privado, sendo vedadas a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos, assim como a transmissão de publicidade comercial, ressalvados os casos de patrocínio de programas, eventos e projetos veiculados sob a forma de apoio cultural.

§ 5º-A. Os canais previstos nos incisos VIII e XI do *caput* deste artigo poderão admitir a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos, assim como a transmissão de publicidade comercial, limitadas a seis minutos por hora de programação.

.....” (NR)



SENADO FEDERAL
Gabinete Senador ACIR GURGACZ

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão,

Senador **ACIR GURGACZ**

PDT/RO

