

LEI DA MÍDIA DEMOCRÁTICA

(versão simples da Lei da Comunicação Social Eletrônica)

CAPÍTULO 1 – PARA QUE SERVE A LEI

Artigo 1 - Esta lei serve para falar como vai acontecer de fato o que está escrito em alguns artigos da Constituição Federal Brasileira (a maior lei que existe). A Constituição Federal cria objetivos gerais, mas não fala como atingir esses objetivos, então a Lei da Mídia Democrática diz o que é preciso fazer para se conseguir o que está escrito na Constituição Federal.

Artigo 2 – Esse artigo traz as definições de alguns termos que serão usados na lei. Ele também deixa claro que esta lei só vale para comunicação social eletrônica, ou seja, tem que ser social e tem que ser eletrônica, tipo canais abertos de TV e rádio, TV por assinatura e TV de internet. Não vale para comunicação individual, como canais de internet feitos por cidadãos (como os do YouTube, blogs e etc), e nem impressa, como jornais e revistas de papel.

Os meios de comunicação tratados nessa lei são organizados assim:

Emissora: é a empresa que faz os programas de rádio ou TV e escolhe o horário em que eles vão passar emitindo o sinal da sua programação.

Emissoras associativas-comunitárias: são associações sem fins lucrativos de grupos sociais como indígenas, comunidade de bairro etc. que emitem o sinal da sua programação de rádio ou TV.

Emissora local: é uma emissora que não pode se associar a outra emissora e tem que ter pelo menos 70% da grade de programação com produção cultural, artística e jornalista da sua própria região.

Rede de emissoras: conjunto de emissoras espalhadas pelo Brasil que transmitem quase toda programação de uma única emissora chamada de cabeça de rede.

Emissoras ou redes com poder de mercado significativo: são emissoras que ficaram muito poderosas e tem em média mais de 20% de audiência por ano ou que recebem mais de 20% do dinheiro de propaganda. Se a rede tiver mais de 10 emissoras afiliadas também vai ser considerada poderosa.

Operador de rede: empresa que vai receber o sinal de todas as emissoras e vai espalhar pelo país segundo um planejamento.

Artigo 3 – São serviços de comunicação social eletrônica: os canais abertos de TV e rádio, TV por assinatura (que já tem lei própria - Lei 12.485/2011) e canais de TV e rádio de empresas na internet.

O governo federal poderá criar e classificar outros serviços quem venham a aparecer como sendo de comunicação social eletrônica.

CAPÍTULO 2 – PRINCIPAIS REGRAS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL ELETRÔNICA

Artigo 4 - Esta lei tem como princípios e objetivos:

- a) respeitar a Constituição Federal (que é uma lei maior que essa);
- b) melhorar a liberdade de expressão e opinião, facilitar que se consiga informação e garantir o direito à comunicação para todos;
- c) aumentar a quantidade de ideias e opiniões circulando;
- d) promover a cultura nacional;
- e) promover da diversidade regional, aumentar a quantidade de culturas diferentes que são vistas e ouvidas. Combater a discriminação e o preconceito principalmente contra mulheres, homossexuais, negros e indígenas, entre outros;
- f) garantir que exista uma quantidade equilibrada de canais privados, públicos e estatais;
- g) estimular a concorrência entre as empresas privadas de comunicação;
- h) garantir os direitos de quem assiste TV e ouve rádio e não só de quem faz;
- i) estimular que sejam feitas coisas novas na comunicação;
- j) proteger as crianças e adolescentes de programas e propagandas ruins para eles;
- k) garantir que os serviços essenciais de comunicação possam ser usados por todos;
- l) dividir da melhor forma possível os canais de TV e rádio em benefício da diversidade e da pluralidade;
- m) ser o mais transparente possível sem negar informações públicas para ninguém;
- n) proteger da privacidade dos cidadãos quando a informação não for de interesse público;
- o) garantir que pessoas com deficiência também consigam entender o que está passando no rádio e na TV;

p) promover a participação popular na política de comunicação.

A mídia tem que respeitar o Estatuto da Igualdade Racial, outras leis federais sobre o assunto e tratados internacionais que o Brasil tenha assinado.

Artigo 5 – Como o espaço para canais de TV e rádio abertos tem um tamanho limitado, vamos dividir ele em 3 tipos de sistema:

- I. Sistema público: para canais públicos e comunitários. Como a TV Brasil, a TV Cultura de São Paulo e Rádios Comunitárias de bairros ou de grupos étnicos como indígenas e quilombolas.
- II. Sistema privado: para canais de empresas privadas de finalidade lucrativa, como a TV Globo, Record, SBT e BAND, ou sem finalidade de lucro, como a TV CUT, TV SESC etc.
- III. Sistema estatal: para canais dos poderes do Estado. Como as TVs Justiça, Câmara e Senado.

Nessa redivisão nova divisão do espaço, valem algumas regras ficam definidas:

Pelo menos 33% dos canais serão destinados ao sistema público, e metade destes canais públicos têm que ser comunitários (parágrafo 1º).

O governo tem de garantir que os canais públicos não comunitários cheguem a pelo menos 80% das cidades brasileiras (parágrafo 2º).

Os canais públicos não comunitários deverão ser independentes dos governos (parágrafo 3º).

Artigo 6 – Para se financiar o Sistema Público fica criado o Fundo Nacional de Comunicação Pública. Ele vai ser feito de 25% de um imposto que já existe pela lei 11.652, verbas dos governos federais e estaduais, 3% do dinheiro da propaganda dos canais privados, do pagamento das licenças para se usar um canal privado e por doações de pessoas ou empresas.

Pelo menos 25% deste Fundo vai ser para os canais comunitários.

CAP. 3 – ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS E REGRAS PARA LICENÇAS DE TV E RÁDIO

Artigo 7 – Da mesma forma que em alguns países da Europa, aqui também as emissoras de TV e rádio não vão mais ter antenas próprias. Quem ocupar um canal de TV ou rádio vai apenas fazer os programas, outras empresas vão ser responsáveis por transmitir o sinal pelas antenas. Esse novo tipo de empresa vai se chamar *operador de rede*.

Essas antenas são do Estado, mas podem ser exploradas por empresas privadas por 10 anos (para rádio) e 15 anos (para TV). Essas empresas não podem ser as mesmas empresas de telefone celular, de TV por assinatura ou de rádio e TV

aberta. Os operadores de rede tem que transmitir de graça os programas dos canais públicos.

É a Anatel (agência pública que regula as telecomunicações) que vai organizar os contratos para distribuição de licenças para operadores de rede.

Artigo 8 – Não vai existir limite prévio de potência ou cobertura para o sinal de cada canal nas antenas. Um Plano Básico de Distribuição de Frequências vai adequar os sinais em cada região.

Artigo 9 – Como são empresas diferentes, umas para fazer os programas dos canais e outras transmitir o sinal, também são duas agências diferentes do governo que vão cuidar das duas diferentes funções. É a Ancine (agência pública que regula o mercado do cinema e do audiovisual) que vai organizar os contratos para distribuição de licenças para se explorar canais de rádio e TV. Essa organização tem como principal objetivo estimular à pluralidade e à diversidade, criar empregos em todos os estados do Brasil e favorecer a cultura nacional e regional e programas feitos por empresas brasileiras independentes.

O prazo para as licenças de canais de TV é de 15 anos e para as de rádio de 10 anos. No processo público de escolha das empresas que receberão as licenças (chamado licitação) não será levado em conta apenas quem paga mais, como é feito hoje, pois isso só garante liberdade de expressão para quem tem muito dinheiro. Audiências públicas devem ser feitas antes de se assinar os contratos.

Artigo 10 – Para se renovar a licença será levado em conta se o canal está cumprindo com suas obrigações educativas, artísticas, culturais e informativas, se está promovendo a cultura nacional e regional, estimulando a produção independente, cumprindo o que está no contrato e se está regular com a situação trabalhista, fiscal e previdenciária. Antes de renovar cada licença, o Poder Público tem que fazer consultas públicas amplamente divulgadas e abertas à participação de qualquer cidadão.

Artigo 11 – Os canais de TV e rádio não podem alugar ou arrendar tempo da sua programação para terceiros, fazer matérias jornalísticas pagas ou pedir “jabá”, ou seja, receber dinheiro para promover músicas, artistas etc.

Artigo 12 – É proibido transferir ou vender o canal para outra pessoa. No caso de desistência, a licença deverá ser devolvida ao Poder Público, que não terá que pagar nada por isso e abrirá novo processo público para dar a licença a outro interessado.

Artigo 13 – Para se conseguir uma licença para canais de rádio ou TV, pelo menos 70% da empresa e a responsabilidade pela programação tem que ser de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos.

Não podem ter canais de rádio ou TV igrejas e políticos eleitos, nem sua família mais próxima (esposo, esposa, pais, irmãos e filhos).

CAP. 4 – DEFINE REGRAS PARA NÃO EXISTIR MONOPÓLIO DE MÍDIA

Artigo 14 – Ninguém pode ter mais do que 5 canais no Brasil.

Artigo 15 – Ninguém pode ter licenças do mesmo tipo (TV ou rádio) que ocupem mais de 3% do espaço reservado a esse serviço na mesma localidade.

Artigo 16 – Em cidades acima de 100 mil habitantes ninguém pode ser dono de canais de TV, Rádio e Jornal impresso ao mesmo tempo. Ela tem que escolher apenas um tipo de serviço. Nas cidades de até 100 mil habitantes isso só é permitido se um dos veículos não estiver entre os 3 de maior audiência ou maior tiragem. Nada disso vale para TV por assinatura.

Artigo 17 – O máximo que um canal de TV ou rádio pode receber de verba publicitária é 20% a mais do que mede sua audiência. Por exemplo, se a audiência for de 40% a empresa só pode receber 48% das verbas publicitárias.

Artigo 18 – As agências reguladoras (Anatel e Ancine) devem monitorar permanentemente para que essa lei seja cumprida, ou seja, para que a competição entre as empresas seja respeitada e para que não haja de abuso de poder de mercado nos serviços de comunicação social eletrônica. Para isso, podem regular os contratos e as ações das empresas, em especial no que se refere a questões como: afiliação entre emissoras, relação dos canais com as produtoras, relação dos operadores de rede com os canais, relação dos fabricantes de equipamento com canais, práticas comerciais dos canais com agências de publicidade e anunciantes, aquisição de direitos de exibição e gestão de direitos autorais.

CAP. 5 – DEFINE MANEIRAS DE SE INCENTIVAR A DIVERSIDADE

Artigo 19 – Para promover a diversidade regional, as emissoras de TV deverão respeitar as seguintes regras:

- I. As emissoras afiliadas a uma rede deverão ocupar no mínimo 30% de sua grade transmitida entre 7h e 0h com produção cultural, artística e jornalística regional, sendo pelo menos 7 horas por semana em horário nobre.
- II. As emissoras consideradas locais devem ocupar no mínimo 70% de sua grade com produção regional.

Artigo 20 – Os canais de TV deverão veicular no horário nobre pelo menos 10% de programação feita por produtora brasileira independente, sendo no mínimo a metade desse tipo de conteúdo feito na própria região.

Artigo 21 – As emissoras consideradas grandes são as que tiverem mais de 20% de audiência por ano, em média, tiverem mais de 10 emissoras afiliadas, ou receberem mais de 20% do total arrecadado com publicidade pelo setor, nacional ou localmente. Essas grandes emissoras de TV ou rádio têm que obedecer regras especiais:

I) Garantir 1 hora por semestre para cada um de 15 grupos sociais relevantes (associações, sindicatos, movimentos sociais etc), definidos pelo governo por meio de edital com critérios transparentes, que estimulem a diversidade de manifestações.

II) Criar conselho consultivo de programação composto por representantes de diversos setores da sociedade.

Artigo 22 – Os canais de TV tem que passar no mínimo 70% de programas brasileiros e 2 horas de programas jornalísticos. Limites de tempo para propaganda de partidos ou de igrejas ficam para ser definidos depois, pelas autoridades competentes.

Artigo 23 - Pelo menos a metade dos canais de rádio em cada cidade deve ser de canais que passem no mínimo 70% de programas brasileiros.

Artigo 24 – Não pode ter censura prévia e ponto final. Mas também não pode ficar provocando o ódio nacional, racial, religioso, sexual etc por nenhum motivo. Se alguém fizer isso (porque ninguém vai impedir já que não tem censura de antemão), os canais de TV, rádio etc podem ser responsabilizados depois. E não precisa ser algo que afete só direitos de uma pessoa, vale também para algo que afete coletivamente um grupo social (como indígenas, negros, mulheres, homossexuais etc). O canal não vai ser responsabilizado pelo que falarem em uma matéria jornalística.

Artigo 25 – Fica valendo o direito de resposta. Se ofenderem, derem uma informação errada ou mentirem sobre uma pessoa ou um grupo social genérico (como indígenas, mulheres, homossexuais etc), o canal vai ter que abrir um espaço gratuito, do mesmo tamanho da notícia, para quem foi afetado por ela poder responder. Isso deve ser feito em até 48hs após a reclamação de quem se sentiu ofendido. Se o canal não se manifestar nesse prazo, o ofendido pode procurar o órgão regulador, que poderá conceder o direito de resposta.

Artigo 26 – Tem que respeitar as crianças e os adolescentes. Tem que informar para que idade serve cada programa e respeitar os horários apropriados para passar cada tipo programa. O governo deve incentivar a produção de bons programas para as crianças e as escolas devem ensiná-las a refletir sobre o que se vê na mídia. Não pode mais fazer propaganda para vender coisas para crianças de até 12 anos, pois elas ainda não têm idade para saber direito o que é besteira e o que é importante.

Artigo 27 – O que for propaganda tem ser claramente identificado, sem enganação. Cada canal não poderá gastar mais de 25% do tempo dos seus programas com propaganda. Vale como propaganda intervalo comercial, televenda, merchandising e tudo o que der dinheiro para o canal, direta ou indiretamente. Propaganda de cigarro e remédio está proibida e propaganda de cerveja, vinho, bala, doce, salgadinho e outros alimentos pouco nutritivos só podem passar entre 21h e 6h.

Artigo 28 - Os canais devem garantir a adaptação dos programas para pessoas com deficiência visual e auditiva, tendo coisas como audiodescrição, legenda oculta (closed caption), interpretação em LIBRAS e áudio navegação.

CAP. 6 – DEFINE QUEM VAI FISCALIZAR A LEI

Artigo 29 – Do mesmo jeito que tem Conselho Nacional de Saúde, agora vai ter também Conselho Nacional de Políticas de Comunicação. Ele vai ajudar fiscalizar e ajudar o governo a criar políticas para a comunicação democrática. Vai fazer parte do Conselho um Defensor dos Direitos do Público para defender os direitos de quem assiste TV e ouve rádio. Vai ter também no Conselho gente do governo, do Ministério Público, dos empresários, dos trabalhadores, das universidades e da população em geral. Esse conselho serve pra não ficar tudo na mão do governo e para facilitar a participação do povo que não quer decidir só na hora da eleição.

Artigo 30 – Esse artigo distribui as responsabilidades pela regulação e definição de políticas relativas à comunicação social entre diferentes órgãos públicos:

O Ministério das Comunicações vai decidir e fazer as políticas de comunicação no geral. A Anatel vai organizar a distribuição dos sinais de rádio e TV, definir os operadores de rede, onde vai ter antena e onde não vai. Já a Ancine vai emitir as licenças para os canais e fiscalizar os contratos. Os senadores e deputados vão ter que confirmar as licenças emitidas.

Artigo 31 – O defensor dos direitos do público vai escutar os telespectadores, ouvintes e internautas e registrar as suas reclamações e denúncias.

Artigo 32 – Os Estados e municípios também podem criar suas próprias estruturas para ajudar a se atingir os objetivos desta lei, mas sempre respeitando a lei federal que é maior.

Artigo 33 – As penalidades, multas etc pelo descumprimento dessa lei serão definidas em regras que serão feitas até 1 ano depois da sua aprovação final . O governo vai definir os prazos para a adaptação das emissoras e dos canais às novas regras, sem desprezar os contratos válidos na época de aprovação desta lei.