

■ CADERNO JURÍDICO

O que precisa estar assinado **antes do dinheiro**

Caderno Jurídico: matriz de risco, conformidade e roteiro de minutas

SEVERIDADE × PROBABILIDADE · ESCALA DE 1 A 25

Nelson Alves da Silva

Sociólogo · Consultor em relações humanas na internet
(31) 9 8030-1239 · nelsonalvesdasilva1969@gmail.com
Caeté, Minas Gerais · setembro de 2026



■ COMO LER ESTE DOCUMENTO

Este caderno organiza a exposição jurídica do projeto e lista os instrumentos que precisam existir. Não é parecer jurídico e não substitui advogado inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil. Os pontos marcados com [VERIFICAR] exigem confirmação profissional. Toda minuta aqui descrita deve ser redigida e revisada por advogado antes da assinatura.

Sumário

1	Método de classificação de risco	03
2	Matriz de risco legal do projeto	04
3	Os cinco riscos de maior pontuação	06
4	Estrutura societária e regime tributário	10
5	Regime de contratação e jornada da equipe	12
6	Propriedade intelectual	14
7	LGPD e o tratamento de dados	16
8	Responsabilidade editorial	18
9	Direitos autorais, imagem, publicidade e terceiros	19
10	Roteiro de minutas	21
11	A moldura publicitária e o acervo	23

CAPÍTULO 1

Método de classificação de risco

Cada risco recebe duas notas de 1 a 5, uma de severidade e outra de probabilidade, e o produto das duas define o nível. O método é o mesmo usado por departamentos jurídicos internos para decidir o que sobe para o sócio e o que se resolve na mesa.

Quadro 1: Escala de severidade

NOTA	NÍVEL	DESCRIÇÃO, CALIBRADA PARA ESTE PROJETO
1	Desprezível	Incômodo administrativo, sem impacto financeiro ou reputacional relevante
2	Baixa	Exposição inferior a R\$ 6.800,00, equivalente a 1% do aporte da Fase 1
3	Moderada	Exposição de R\$ 6.800,00 a R\$ 34.000,00, ou 1% a 5% do aporte. Alguma repercussão local
4	Alta	Exposição de R\$ 34.000,00 a R\$ 170.000,00, ou 5% a 25% do aporte. Repercussão pública provável
5	Crítica	Exposição acima de R\$ 170.000,00, ou mais de 25% do aporte. Interrupção da operação, dano reputacional grave ou responsabilidade pessoal

Fonte: framework de avaliação de risco legal por severidade e probabilidade, calibrado pelo autor sobre o aporte de R\$ 680.000,00 da Fase 1.

Quadro 2: Escala de probabilidade e faixas de classificação

NOTA	NÍVEL	DESCRIÇÃO	FAIXA DE PONTUAÇÃO E AÇÃO
1	Remota	Exigiria circunstância excepcional, sem precedente conhecido	1 a 4, VERDE: aceitar, registrar e revisar a cada trimestre
2	Improvável	Pode ocorrer, mas não é esperado. Exige gatilho específico	5 a 9, AMARELO: mitigar com controle documentado e acompanhar mensalmente
3	Possível	Pode ocorrer. Há precedente e o gatilho é previsível	10 a 15, LARANJA: mitigação obrigatória antes do desembolso, com responsável nomeado
4	Provável	Deve ocorrer. Precedente claro e gatilho comum	16 a 25, VERMELHO: impeditivo. O projeto não avança sem tratamento
5	Quase certa	Esperado. Gatilho já presente ou iminente	Escalonamento imediato para advogado externo

Fonte: framework de avaliação de risco legal, adaptado pelo autor.

CAPÍTULO 2

Matriz de risco legal do projeto

A tabela traz cada risco com duas pontuações: a que ele teria sem tratamento, e a que passa a ter depois das medidas contratadas. A diferença entre as duas colunas é o valor concreto deste caderno.

Tabela 1: Matriz de risco legal, antes e depois da mitigação

RISCO	SEV.	PROB.	BRUTO	PROB. MITIGADA	RESIDUAL	MEDIDA QUE REDUZ
Percepção de captura político-partidária	4	4	16	2	8	Declaração de independência editorial e estatuto editorial público
Reconhecimento de vínculo empregatício	5	4	20	2	10	Núcleo em regime celetista desde o Mês 1
Playbook e marca em nome do fundador, não da empresa	5	3	15	1	5	Cessão de propriedade intelectual antes da 1ª parcela
Cobrança retroativa do ECAD	3	5	15	1	3	Licenciamento contratado antes da primeira transmissão
Marca não registrável e domínio indisponível	4	3	12	2	8	Registro de marca mista em três classes e verificação prévia do domínio
Ação por dano moral ou direito de resposta	3	4	12	3	9	Manual de redação, rotina de checagem e seguro de responsabilidade civil
Uso de imagem sem autorização	3	4	12	2	6	Termo de autorização obrigatório e regra de não publicar sem assinatura
Ausência de acordo de sócios	4	3	12	1	4	Acordo assinado antes da 1ª parcela, com saída, impasse e preferência
Comercialização indevida de dados pessoais	4	3	12	1	4	Não comercializar dados na Fase 1 e colher consentimento com finalidade declarada
Venda de espaço a candidatura em período eleitoral	4	3	12	1	4	Vedação absoluta em política escrita e em contrato de veiculação
Excesso de jornada de jornalista e radialista	3	3	9	1	3	Escala por turnos dentro da jornada legal, acordo escrito de prorrogação quando cabível e controle de ponto
Responsabilidade por conteúdo de terceiros	3	3	9	2	6	Política de moderação, canal de notificação e remoção documentada



RISCO	SEV.	PROB.	BRUTO	PROB. MITIGADA	RESIDUAL	MEDIDA QUE REDUZ
Perda de acesso à missa ou ao esporte amador	3	3	9	1	3	Convênio escrito com paróquia e ligas antes do Mês 1
Contrato de veiculação sem instrumento padrão	2	4	8	1	2	Minuta padrão com reajuste, exclusividade setorial e multa, pronta antes da pré-venda

Fonte: elaboração do autor (set/2026) com aplicação de framework de severidade por probabilidade. Verde de 1 a 4, amarelo de 5 a 9, laranja de 10 a 15, vermelho de 16 a 25.

■ A LEITURA DA MATRIZ

Sem tratamento, dois riscos ficam na faixa vermelha e oito na laranja. Com as medidas contratadas, nenhum permanece em vermelho, um fica em laranja no limite inferior e o restante desce para amarelo ou verde. Os dois de maior residual, o vínculo empregatício (10) e a ação por dano moral (9), não são elimináveis por completo: são inerentes a operar mídia com equipe própria. O que se faz é reduzir a probabilidade e provisionar a consequência.

CAPÍTULO 3

Os cinco riscos de maior pontuação

3.1 Reconhecimento de vínculo empregatício - 20 → 10

O risco. Contratar a equipe como prestadora pessoa jurídica e ter esse arranjo desconstituído em reclamatória trabalhista, com reconhecimento de vínculo desde a admissão.

Por que a severidade é 5. A exposição foi calculada para a estrutura de sete pessoas, alcançada no Degrau 3, com remuneração média de R\$ 5.114,00 e três anos de operação, somando verbas rescisórias, FGTS com multa, décimo terceiro, férias com o terço constitucional, aviso prévio, contribuição previdenciária patronal e de terceiros, mais juros, correção e honorários. O resultado fica em torno de R\$ 698.000,00, acima do próprio aporte da Fase 1. Na partida, com quatro celetistas e o fundador em pró-labore, a exposição seria proporcionalmente menor, e ainda assim crítica. [VERIFICAR: cálculo trabalhista formal por profissional habilitado.]

Por que a probabilidade bruta é 4. Os quatro elementos do artigo 3º da Consolidação das Leis do Trabalho estão presentes na operação como ela é descrita: pessoalidade, porque o apresentador é aquele apresentador; habitualidade, porque a grade é diária; onerosidade, porque há pagamento mensal fixo; e subordinação, porque há hora marcada, escala e linha editorial definida por um coordenador. O Supremo Tribunal Federal reconheceu repercussão geral no Tema 1389 e suspendeu nacionalmente os processos sobre a licitude da contratação de trabalhador como pessoa jurídica em abril de 2025, com julgamento pendente. Apostar em regime jurídico indefinido é assumir risco que não se controla.

A mitigação. Núcleo permanente em regime celetista desde o Mês 1. Prestadores autônomos apenas para trabalho episódico e por resultado, com contrato por entrega, sem escala, sem exclusividade e sem exigência de pessoalidade. A probabilidade cai de 4 para 2, e o residual de 20 para 10.

O custo da mitigação, e por que vale a pena. Na estrutura de sete pessoas e na receita do Ano 3, o regime celetista custa cerca de R\$ 80.694,00 por ano a mais, líquido do efeito tributário favorável descrito no capítulo 4. Em troca, elimina exposição de aproximadamente R\$ 698.000,00 e retira o projeto da dependência de um julgamento suspenso. É uma troca de mais de oito para um, e do lado certo.

3.2 Conflito político-editorial · 16 → 8

O risco. O veículo ser percebido, com ou sem razão, como instrumento de um grupo político municipal, com perda de credibilidade editorial, de carteira comercial e de legitimidade institucional.

Por que a probabilidade bruta é 4. O fundador não ocupa cargo partidário, mas coordenou campanhas municipais em Caeté em 2020 e 2024. Em município pequeno, memória é longa, e a suspeita de captura seria levantada por qualquer diligência séria mesmo sem filiação atual. O risco aqui é de percepção, e percepção não se desfaz com certidão negativa. Soma-se a isso que a prefeitura é o maior anunciante de Caeté; é por isso que o plano financeiro não conta com verba pública em nenhum cenário.

A mitigação, em cinco camadas.

Quadro 3: Medidas de independência editorial

MEDIDA	PRAZO	CONTEÚDO E FORÇA VINCULANTE
Declaração de independência editorial	Antes da 1ª parcela	Declaração assinada de que não ocupa cargo partidário e de que não assumirá nenhum durante o mandato editorial. Cláusula resolutive: assumir cargo autoriza o investidor a suspender desembolsos
Estatuto editorial público	Antes do Mês 1	Anexo ao contrato e publicado no site. Critérios de cobertura, vedações, procedimento de correção e direito de resposta em 72 horas
Política de período eleitoral	Antes do Mês 1	Espaço igual e gratuito a todos os candidatos aos mesmos cargos e vedação absoluta de venda de espaço a candidatura, partido ou coligação
Declaração de interesses	Permanente	Filiação, participações societárias e vínculos da direção, publicados e atualizados anualmente
Cláusula de rescisão por quebra	Contratual	Descumprimento comprovado autoriza o investidor a suspender desembolsos e exigir a substituição do responsável editorial

Fonte: elaboração do autor (jul/2026).

Nota legal relevante. O artigo 57-C da Lei nº 9.504/1997 veda a veiculação de propaganda eleitoral paga na internet, com exceções restritas ao impulsionamento contratado diretamente pelo candidato, partido ou coligação junto ao provedor da plataforma. A TvLocal.com não poderá vender espaço publicitário a candidatura em nenhum cenário, e isso precisa constar da minuta do contrato de veiculação como vedação expressa, para evitar que um executivo de contas comercialize por desconhecimento. [VERIFICAR: enquadramento específico de web TV perante a Justiça Eleitoral.]

3.3 Propriedade intelectual em nome da pessoa errada · 15 → 5

O risco. O investidor comprar participação numa empresa cujo principal ativo, o Playbook de Replicação, pertence pessoalmente ao fundador e não à sociedade.

Por que a severidade é 5. Se o Playbook, a marca, os formatos de programa, o método de preço por praça e o modelo comercial não estiverem cedidos à pessoa jurídica, uma eventual saída do fundador leva embora exatamente aquilo que o investimento financiou. A tese de rede deixa de existir.

A mitigação. Instrumento de cessão de propriedade intelectual assinado antes da primeira parcela, abrangendo Playbook, marca, formatos, identidade visual, base de dados e todo material desenvolvido durante e para o projeto. Acrescido de cláusula de não concorrência com prazo e território definidos, e de obrigação de dedicação mínima declarada.

3.4 Direitos autorais e ECAD - 15 → 3

O risco. Cobrança retroativa de direitos autorais por execução pública de obras musicais, com juros e correção acumulados desde a primeira transmissão.

Por que a probabilidade bruta é 5. Toda vinheta tem trilha, todo programa de esporte tem música de abertura, a missa tem canto litúrgico e o acervo rotativo repete tudo isso vinte e quatro horas por dia. O Superior Tribunal de Justiça já firmou entendimento de que a transmissão pela internet, nas modalidades webcasting e simulcasting, configura execução pública de obra musical e gera cobrança pelo ECAD.

A mitigação. Licenciamento contratado antes da primeira transmissão, com R\$ 450,00 mensais já previstos no orçamento operacional. Complementarmente, uso preferencial de trilhas com licença livre para vinhetas e material de acervo, o que reduz a base de cálculo. [VERIFICAR: enquadramento tarifário aplicável à modalidade e ao porte da operação, junto ao próprio ECAD.]

3.5 Marca e domínio - 12 → 8

O risco. A expressão TV Local é descritiva do próprio serviço, e o artigo 124, inciso VI, da Lei nº 9.279/1996 veda o registro de sinal de caráter genérico ou descritivo em relação ao serviço a distinguir. Sem marca protegida, a tese de franquia da Fase 4 não se sustenta.

A mitigação, em três frentes. Primeira, registro de marca mista, o conjunto de símbolo e texto, protocolado em três classes, com a expectativa de apostila reconhecendo que não há exclusividade sobre a expressão nominativa isolada. Segunda, verificação imediata da titularidade e da disponibilidade do domínio tvlocal.com, com registro defensivo das variações em .com.br, e decisão sobre nome alternativo caso o principal esteja indisponível, tomada antes de qualquer impressão de material. Terceira, construção deliberada de um símbolo figurativo distintivo na identidade visual, registrável e protegível ainda que a expressão nominativa não seja. A identidade visual de setembro de 2026 foi redesenhada com esse objetivo.



Por que o residual permanece em 8. Marca mista com apostila protege o conjunto visual e não impede terceiros de usarem a expressão TV Local em outra cidade com identidade diferente. É uma limitação estrutural do nome escolhido, e a decisão de mantê-lo foi tomada de forma consciente. [VERIFICAR: viabilidade de registro e estratégia de classes com agente da propriedade industrial.]

CAPÍTULO 4

Estrutura societária e regime tributário

4.1 A constituição

Sociedade limitada, com capital social integralizado pelo aporte, sede em Caeté e objeto social que contemple produção e veiculação de conteúdo audiovisual, publicidade, prestação de serviços audiovisuais e licenciamento de marca e de conhecimento. O objeto precisa já prever o licenciamento, porque alterá-lo depois, quando a franquía estiver na mesa, custa tempo e dinheiro.

4.2 Enquadramento tributário e o fator R

O enquadramento no Simples Nacional é possível e vantajoso, e a escolha entre os anexos III e V tem consequência direta.

Tabela 2: Efeito do regime de contratação sobre a carga tributária, estrutura de sete pessoas

COMPARAÇÃO, RECEITA ANUAL DE R\$ 1.393.238,71 (ANO 3)	ANEXO V (VIA PJ)	ANEXO III (VIA CLT)	DIFERENÇA
Alíquota efetiva na faixa 4	18,60%	12,04%	6,56 p.p.
Tributo anual sobre a receita	259.142,40	167.745,94	91.396,46
Encargos de folha adicionais na via CLT	0,00	(172.090,00)	(172.090,00)
Custo líquido comparado	259.142,40	339.835,94	80.693,54

Fonte: cálculo do autor com base nos anexos III e V da Lei Complementar nº 123/2006, faixa 4 de receita bruta em doze meses; receita do Ano 3 do Modelo Financeiro Mestre (set/2026); encargos de folha calculados para a estrutura de sete pessoas. O fator R é a razão entre a folha de pagamento dos últimos doze meses, incluindo pró-labore e encargos, e a receita bruta do mesmo período; igual ou superior a 28%, aplica-se o Anexo III. Pagamento a prestador pessoa jurídica não compõe folha para esse cálculo. [VERIFICAR: alíquota efetiva e enquadramento com contador antes da constituição.]

A via celetista custa R\$ 80.694,00 por ano a mais em custo direto, e não os R\$ 172.090,00 aparentes, porque parte é compensada pela queda de 6,56 pontos percentuais na alíquota do Simples. E esse custo líquido compra a eliminação de uma exposição contingente de aproximadamente R\$ 698.000,00.

4.3 A passagem para o Lucro Presumido

O teto do Simples Nacional é de R\$ 4,8 milhões de receita bruta anual. Na praça de Caeté isoladamente, esse teto não é atingido em nenhum dos cinco anos projetados. Ele passa a ser relevante quando a rede consolidar receita, o que ocorreria entre os Anos 3 e 4 se as

praças operassem sob o mesmo CNPJ: no Ano 5, a receita de publicidade da rede passa de R\$ 11 milhões.

Daí decorre uma decisão estrutural que precisa ser tomada cedo: cada praça opera como sociedade própria, com participação da holding, ou todas operam sob um único CNPJ. A primeira estrutura preserva o Simples por mais tempo, isola risco entre praças e facilita a entrada de sócio local; a segunda simplifica a gestão e consolida o resultado. A recomendação é a primeira, com decisão formal registrada em ata antes da abertura da segunda praça. [VERIFICAR: planejamento tributário e societário com contador e advogado antes da Fase 2.]

CAPÍTULO 5

Regime de contratação e jornada da equipe

Quadro 4: Regime por função, com fundamento

FUNÇÃO	REGIME	QUANDO ENTRA	FUNDAMENTO DA ESCOLHA
Coordenador geral e editor de conteúdo	Pró-labore	Partida	Sócio administrador. Compõe folha para efeito do fator R
Apresentador e repórter	CLT	Partida	Pessoalidade evidente, hora marcada e subordinação editorial
Repórter cinegrafista	CLT	Partida	Jornada, escala e uso de equipamento da empresa
Editor, finalizador e operador de transmissão	CLT	Partida	Trabalho contínuo em instalações da empresa, com prazo diário. Acumula o corte ao vivo até o Degrau 2
Executivo de contas	CLT mais variável	Partida	Meta, roteiro de visitas e subordinação comercial
Operador técnico de transmissão	CLT	Degrau 2	Escala fixa vinculada à grade
Assistente administrativo	CLT	Degrau 3	Rotina administrativa em horário definido
Segundo executivo de contas	CLT mais variável	Degrau 4	Mesmo fundamento do primeiro
Editor auxiliar	CLT	Degrau 5	Mesmo fundamento do editor
Cobertura de evento pontual	Autônomo	Quando houver	Trabalho episódico, por resultado, sem escala e sem exclusividade
Produção especializada eventual	PJ genuína	Quando houver	Empresa com estrutura própria, outros clientes e entrega definida em contrato
Assessoria jurídica e contábil	PJ	Partida	Prestação de serviço técnico com autonomia real e responsabilidade profissional

Fonte: elaboração do autor (set/2026). Os degraus estão no Modelo Financeiro Mestre, aba 1, seção 1.9. [VERIFICAR: cada enquadramento com advogado trabalhista antes da contratação.]

5.1 Jornada legal: o ponto que a grade precisa respeitar

A equipe de partida é pequena e a grade é diária, e isso torna a jornada um risco concreto. Dois regimes especiais se aplicam.

O **jornalista profissional** tem jornada de cinco horas diárias (CLT, art. 303). Ela pode ser elevada a sete horas mediante acordo escrito que estipule aumento de salário correspondente ao excesso, com intervalo para repouso (CLT, art. 304). O **radialista**,

categoria que abrange funções técnicas como a do repórter cinegrafista e a do operador de transmissão, tem jornada definida por setor de atividade na Lei nº 6.615/1978, art. 18.

A rotina do Plano de Implantação foi desenhada para caber nesses limites: o apresentador e repórter trabalha em um turno de cinco horas, os programas curtos da manhã e do fim da tarde são apresentados pelo coordenador, que é sócio em pró-labore, e a escala de fim de semana tem folga compensatória. Três providências são obrigatórias: enquadrar cada função (jornalista, radialista ou empregado comum) antes da contratação, formalizar por escrito qualquer prorrogação permitida e manter controle de ponto. [VERIFICAR com advogado trabalhista: enquadramento de cada função, duração aplicável por setor na Lei nº 6.615/1978 e convenção coletiva vigente em Minas Gerais.]

5.2 Vocabulário coerente com o regime

Versões anteriores deste projeto descreviam a operação de domingo como funcionando "em escala de plantão, com folga compensatória", ao mesmo tempo em que cogitavam contratar a equipe como pessoa jurídica. Escala e folga compensatória são institutos de jornada, e jornada é de empregado. Com o núcleo em regime celetista, esses termos são corretos e devem ser usados sem constrangimento. Para os autônomos genuínos, os termos são entrega, prazo e escopo, nunca escala nem jornada.

5.3 Cláusulas obrigatórias no contrato de prestação de serviço autônomo

Quando houver contratação autônoma, o contrato precisa refletir autonomia real, e não apenas afirmá-la. Objeto definido por entrega e não por tempo à disposição. Ausência de exclusividade, com autorização expressa para atender outros clientes. Possibilidade de substituição por preposto, o que afasta a pessoalidade. Preço por entrega, e não remuneração mensal fixa. Ausência de subordinação a horário, com prazo de entrega no lugar de jornada. E emissão de nota fiscal por prestador efetivamente estruturado.

■ O TESTE PRÁTICO

Se a resposta a estas três perguntas for sim, o contrato é de emprego, independentemente do que esteja escrito no papel: a pessoa precisa comparecer em horário determinado? Precisa ser aquela pessoa especificamente? Recebe o mesmo valor todo mês independentemente do volume entregue? Papel não muda fato, e a Justiça do Trabalho decide pelo fato.

CAPÍTULO 6

Propriedade intelectual

6.1 Marca

Quadro 5: Estratégia de registro de marca

CLASSE	ESCOPO	POR QUE É NECESSÁRIA
38	Telecomunicações, difusão e transmissão	Núcleo da atividade. É a classe que protege a operação de transmissão
41	Educação, entretenimento e produção audiovisual	Produção de conteúdo, programas e eventos
35	Publicidade e gestão de negócios	Venda de espaço publicitário e, sobretudo, o futuro licenciamento de franquia

Fonte: elaboração do autor (jul/2026), classificação de Nice. Custo estimado de R\$ 3.600,00 em taxas e honorários para os três protocolos. [VERIFICAR: estratégia de classes com agente da propriedade industrial.]

A modalidade é marca mista, o conjunto de elemento figurativo e elemento nominativo. A tentativa de registro puramente nominativo da expressão TV Local tem chance baixa de deferimento por conta do artigo 124, inciso VI, da Lei da Propriedade Industrial. O registro misto protege o conjunto e a identidade visual, que é o que efetivamente se licencia numa franquia. Por isso o símbolo da marca foi redesenhado em setembro de 2026 para ser distintivo por si só, e deve ser protocolado na versão definitiva, antes de qualquer impressão.

6.2 Domínio

O nome do projeto é o próprio domínio, o que cria uma dependência que precisa ser resolvida antes de qualquer impressão de material ou apresentação a investidor. Três providências, nesta ordem: verificar a titularidade e a disponibilidade de tvlocal.com; se estiver disponível ou negociável, adquirir imediatamente em nome da pessoa jurídica; se estiver indisponível ou com preço proibitivo, registrar tvlocal.com.br e as variações defensivas, e avaliar a adoção de um nome de fantasia distintivo, que teria a vantagem colateral de ser plenamente registrável.

PERGUNTA QUE VAI SER FEITA NA DILIGÊNCIA

De quem é o domínio que dá nome à empresa? Não ter resposta é constrangedor e sinaliza que outros detalhes também não foram verificados. Esta é a providência mais barata e mais urgente de todo o caderno.



6.3 Playbook, formatos, método de preço e base de dados

Instrumento de cessão de propriedade intelectual assinado antes da primeira parcela, abrangendo o Playbook de Replicação em todas as versões, os formatos e nomes de programa, o método de preço por praça, a identidade visual e suas aplicações, o material audiovisual produzido, a base de dados de audiência e de anunciantes, e todo desenvolvimento futuro realizado durante a vigência do contrato e no âmbito do projeto. Sem essa cessão, o investidor compra participação numa empresa que não é dona daquilo que a torna valiosa.

CAPÍTULO 7

LGPD e o tratamento de dados

7.1 As bases legais aplicáveis

Quadro 6: Tratamento de dados por finalidade e base legal

FINALIDADE	DADOS TRATADOS	BASE LEGAL	OBSERVAÇÃO
Operação do serviço e entrega de vídeo	Identificador de sessão, dispositivo, região	Execução de contrato	Mínimo necessário para o serviço funcionar
Envio do boletim diário	Nome, telefone e bairro	Consentimento	Consentimento específico e revogável a qualquer momento, com opção de saída em cada mensagem
Medição de audiência agregada	Métricas de exibição, sem identificação individual	Legítimo interesse	Com avaliação de impacto documentada e transparência ao titular
Relacionamento com anunciante	Dados de contato empresarial	Execução de contrato	Dados de pessoa jurídica e de representante
Enquete e sugestão de pauta	Resposta, bairro e, se fornecido, contato	Consentimento	Finalidade jornalística declarada no momento da coleta

Fonte: elaboração do autor (jul/2026) com base na Lei nº 13.709/2018. [VERIFICAR: mapeamento completo e avaliação de impacto com advogado especializado antes do lançamento.]

7.2 Por que a venda de dados não entra na Fase 1

Versões anteriores deste projeto apresentavam a venda de relatórios de comportamento do consumidor hiperlocal como o fluxo de maior margem do negócio. Este caderno recomenda que ela não ocorra na Fase 1, por três razões jurídicas concretas.

Primeira, a anonimização. O artigo 12 da Lei Geral de Proteção de Dados estabelece que dado anonimizado só deixa de ser dado pessoal quando o processo de anonimização não puder ser revertido com esforços razoáveis. Em uma cidade de 38.776 habitantes, com segmentação por bairro, faixa etária e interesse, um recorte pode conter três pessoas, e a reidentificação é trivial.

Segunda, a finalidade. O artigo 8º, parágrafo 4º, exige que o consentimento se refira a finalidades determinadas, sendo nulas as autorizações genéricas. Consentimento colhido para receber um boletim não autoriza a comercialização de produtos derivados.

Terceira, a ausência de comprador identificado. Não há carta de intenção, preço de referência nem mercado dimensionado para esse produto. Uma receita sem comprador vale zero na avaliação de qualquer investidor experiente.



7.3 Obrigações operacionais

Política de privacidade e termos de uso publicados antes da primeira coleta. Registro das operações de tratamento, exigido pelo artigo 37. Encarregado pelo tratamento de dados nomeado e com canal de contato publicado. Procedimento documentado para atendimento de requisição de titular, com prazo de resposta. Plano de resposta a incidente de segurança, com comunicação à autoridade nacional e aos titulares quando cabível. E cláusula de proteção de dados nos contratos com todos os fornecedores que tratem dados em nome da empresa, especialmente a plataforma de vídeo.

CAPÍTULO 8

Responsabilidade editorial

8.1 O regime mudou em junho de 2025

Em julgamento conjunto dos Temas 533 e 987 de repercussão geral, concluído em 26 de junho de 2025 por oito votos a três, o Supremo Tribunal Federal declarou o artigo 19 do Marco Civil da Internet parcialmente inconstitucional. Pelo novo entendimento, provedores de aplicações podem ser responsabilizados civilmente por conteúdo de terceiros mesmo sem ordem judicial prévia, nos termos do artigo 21, em hipóteses de crime ou ato ilícito, bastando notificação extrajudicial em determinadas situações. O acórdão foi publicado em novembro de 2025.

Essa discussão protege pouco a TvLocal.com, porque a maior parte do conteúdo dela é próprio. Sobre conteúdo próprio, a responsabilidade editorial é integral e direta, e nenhuma regra de provedor a afasta.

8.2 Os instrumentos de proteção

Quadro 7: Proteção da responsabilidade editorial

INSTRUMENTO	CONTEÚDO	EFEITO PRÁTICO
Manual de redação e checagem	Regra das duas fontes, direito de manifestação do citado antes da publicação, tratamento de conteúdo policial e de menores	Reduz a probabilidade do dano e, se ele ocorrer, demonstra diligência
Procedimento de direito de resposta	Canal declarado, prazo de 72 horas para análise e veiculação em espaço e destaque equivalentes	Resolve extrajudicialmente o que, sem procedimento, vira ação com base na Lei nº 13.188/2015
Política de moderação de comentários	Regras públicas, canal de notificação, registro de remoção com data e motivo	Atende ao novo regime de responsabilidade por conteúdo de terceiros
Seguro de responsabilidade civil	Apólice para veículo de comunicação, com cobertura para dano moral e custas	Custo estimado de R\$ 6.000,00 a R\$ 15.000,00 ao ano, já previsto no orçamento operacional

Fonte: elaboração do autor (jul/2026). [VERIFICAR: cobertura e franquia da apólice com corretor especializado em risco de mídia.]

CAPÍTULO 9

Direitos autorais, imagem, publicidade e terceiros

9.1 Imagem e voz

Filmar pessoas identificáveis exige autorização, e o direito de imagem é matéria dos artigos 11 a 21 do Código Civil e do artigo 5º, inciso X, da Constituição. A regra operacional não admite exceção: nada vai ao ar sem termo assinado, e material com termo pendente fica em pasta restrita até a regularização.

Há três modalidades de termo. O termo padrão, para entrevistado e participante de programa, com escopo, prazo e autorização para uso em todas as plataformas. O termo simplificado, em formato digital com assinatura pelo telefone, para abordagem de rua. E o termo específico para menores, com assinatura de responsável legal, exigido sempre que houver criança ou adolescente identificável, inclusive em cobertura de escola e de esporte de base.

9.2 Conteúdo de terceiros no acervo

Quadro 8: Origem do conteúdo e tratamento jurídico

ORIGEM	SITUAÇÃO JURÍDICA	REGRAS OPERACIONAL
Produção própria	Titularidade integral da empresa	Cessão de direitos nos contratos de trabalho e de prestação
Vídeo enviado por morador	Titularidade do autor	Autorização por escrito no momento do envio, com crédito na exibição
Trilha e vinheta	Direito autoral e conexo	Licença livre ou biblioteca licenciada, mais recolhimento ao ECAD
Missa e celebração religiosa	Autorização da autoridade eclesiástica	Convênio escrito com a paróquia, com escopo, prazo e regra de publicidade associada
Esporte amador	Direito de arena e autorização do organizador	Convênio com a liga ou clube, com autorização de transmissão e de exploração comercial
Material de arquivo histórico	Varia conforme a origem e o prazo	Verificação caso a caso, com registro da autorização ou do domínio público

Fonte: elaboração do autor (jul/2026). [VERIFICAR: regime do direito de arena em competição amadora com advogado desportivo.]

9.3 Publicidade: o que não pode ser veiculado

Além da vedação eleitoral já tratada, o contrato padrão de veiculação precisa listar as restrições que expõem a empresa: bebida alcoólica com restrição de horário e de conteúdo, medicamento e produto de saúde sujeitos a regras próprias, apostas com as limitações da legislação vigente, publicidade dirigida a criança, e qualquer peça que viole o código de autorregulamentação publicitária. A responsabilidade pela peça é solidária entre anunciante e veículo, e por isso a checagem prévia é proteção.

9.4 Verba pública: fora da base e com regras próprias

A prefeitura é o maior anunciante de Caeté, e o plano financeiro deliberadamente não conta com ela. Se vier, virá por três caminhos, cada um com sua regra. Publicidade institucional é contratada por agência de propaganda selecionada em licitação, e a TvLocal.com entra como veículo no plano de mídia da agência (Lei nº 12.232/2010). A transmissão de sessões, audiências ou eventos oficiais é prestação de serviço audiovisual, contratada pelas regras gerais de licitação (Lei nº 14.133/2021). E nos três meses anteriores a qualquer eleição, a publicidade institucional dos órgãos públicos fica vedada, salvo exceções de grave e urgente necessidade reconhecidas pela Justiça Eleitoral (Lei nº 9.504/1997, art. 73, VI, b); na eleição municipal de 2028, isso cobre de julho a outubro. [VERIFICAR com advogado: modalidade de contratação e limites de gasto no ano eleitoral, Lei nº 9.504/1997, art. 73, VII.]

9.5 Rádio comunitária não é concorrente comercial

Em Caeté há apenas uma rádio comunitária. Pela Lei nº 9.612/1998, a rádio comunitária não pode veicular publicidade comercial, admitindo apenas patrocínio sob a forma de apoio cultural. Por isso o rádio não entra como referência de preço em Caeté, e a tabela da TvLocal.com é comparada ao jornal semanal impresso e às redes sociais. Nas demais praças, a cotação da rádio comercial local entra na referência antes da abertura.

CAPÍTULO 10

Roteiro de minutas

Quadro 9: Instrumentos a produzir, com prazo, responsável e custo

INSTRUMENTO	PRAZO	CUSTO	CONTEÚDO ESSENCIAL
Contrato social	Antes da 1ª parcela	R\$ 1.800	Objeto amplo incluindo licenciamento, administração, quórum e distribuição desproporcional se acordada
Acordo de sócios	Antes da 1ª parcela	R\$ 4.500	Saída, impasse, preferência, direito de acompanhar a venda, opção de venda no Mês 60 e preferência em rodada futura
Contrato de investimento	Antes da 1ª parcela	R\$ 3.800	Dez parcelas mensais condicionadas a marcos, condições suspensivas, governança, gatilhos de contingência, contingência vinculada e rescisão por quebra do estatuto editorial
Cessão de propriedade intelectual	Antes da 1ª parcela	R\$ 1.200	Playbook, marca, formatos, método de preço, identidade, base de dados e desenvolvimento futuro
Não concorrência e dedicação	Antes da 1ª parcela	R\$ 800	Prazo, território e dedicação mínima declarada
Estatuto editorial	Antes do Mês 1	R\$ 1.600	Crerios de cobertura, vedações, correção, direito de resposta em 72 horas e conflito de interesses
Política de período eleitoral	Antes do Mês 1	R\$ 900	Espaço igual, vedação de venda a candidatura e registro público de participações
Contrato padrão de veiculação	Antes do Mês 2	R\$ 2.200	Tabela da praça, entregáveis, prazo, reajuste por IPCA, exclusividade setorial, multa, aferição e vedações de conteúdo. Pronto antes da pré-venda de patrocinadores fundadores
Termos de imagem, três modelos	Antes do Mês 1	R\$ 900	Padrão, simplificado digital e específico para menores
Convênios com paróquia e ligas	Antes do Mês 1	R\$ 700	Escopo, prazo, exclusividade, publicidade associada e rescisão
Política de privacidade e termos de uso	Antes do Mês 1	R\$ 2.400	Finalidades, bases legais, direitos do titular, encarregado e retenção
Contratos de trabalho e de prestação	Antes do Mês 2	R\$ 1.500	Quatro contratos celetistas na partida, com enquadramento de jornada por função, e modelo de contrato autônomo por entrega
Registro de marca, três classes	Antes da 1ª parcela	R\$ 3.600	Marca mista nas classes 35, 38 e 41, com o símbolo definitivo
Total do pacote jurídico de implantação	180 dias	R\$ 25.900	3,8% do aporte da Fase 1. Reutilizável nas praças seguintes sem custo adicional relevante

Fonte: estimativa do autor (jul/2026) sobre honorários praticados em Minas Gerais. Substituir por proposta formal de escritório antes da contratação. Parte do valor está no orçamento de tecnologia e registros e parte na assessoria jurídica de retenção do custo operacional.

**■ O ARGUMENTO QUE ESTE CADERNO ENTREGA AO INVESTIDOR**

R\$ 25.900,00, ou 3,8% do aporte, transformam dois riscos vermelhos e oito laranjas em nenhum vermelho e um laranja no limite inferior. É o melhor retorno por real gasto de todo o projeto, e é também o item que mais frequentemente se corta quando o dinheiro aperta. Por isso ele está no cronograma como condição de desembolso, e não como intenção.

10.1 Ordem de execução

Cinco instrumentos precisam estar assinados antes da liberação da primeira parcela, e são eles que travam o cronograma: contrato social, acordo de sócios, contrato de investimento, cessão de propriedade intelectual e a declaração formal de independência editorial. Os demais seguem o cronograma de 180 dias descrito no Plano de Implantação.

CAPÍTULO 11

A moldura publicitária e o acervo

Este capítulo responde a uma pergunta feita durante o desenvolvimento do projeto, e a resposta muda a arquitetura técnica da operação: os programas guardados na videoteca devem ser estocados com os anúncios embutidos, porque isso geraria mais valor para o cliente, ou sem eles?

A intuição comercial por trás da pergunta está certa. O erro está na solução. Gravar o anúncio dentro do arquivo gera menos valor, não mais, e cria uma exposição jurídica que se acumula silenciosamente ao longo dos anos.

11.1 O que se propõe hoje

A publicidade da TvLocal.com não é intervalo comercial nem banner ao lado do vídeo. É uma moldura que envolve a própria transmissão, do jeito que as emissoras brasileiras fazem há décadas: a imagem do programa fica inserida numa borda com a cor da marca do anunciante, a logomarca aparece numa caixa no alto à direita, e a mensagem e o endereço do cliente ficam no rodapé. A moldura troca a cada poucos segundos e roda vinte e quatro horas por dia, obedecendo ao peso da cota contratada. Quando não há cliente na vez, entra a própria TvLocal.com convidando o próximo anunciante.

A dúvida é sobre o que acontece quando aquele programa sai do ar e vai para o acervo sob demanda, onde continuará sendo assistido por meses ou anos.

11.2 Por que não se deve gravar o anúncio dentro do arquivo

11.2.1 A oferta publicitária vincula o anunciante para sempre. O artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor estabelece que toda informação ou publicidade suficientemente precisa obriga o fornecedor que a fizer veicular e integra o contrato que vier a ser celebrado. O artigo 35 completa: se o fornecedor recusar cumprimento à oferta, o consumidor pode exigir o cumprimento forçado. Uma moldura que diz "picanha a 49,90 o quilo" gravada dentro de um programa do acervo continua sendo uma oferta em 2029, e o veículo responde de forma solidária.

11.2.2 A informação envelhece e vira publicidade enganosa. Endereço muda. Telefone muda. Promoção acaba. O artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor proíbe a publicidade enganosa, inclusive por omissão. Um anúncio permanentemente disponível com endereço antigo é potencialmente ilícito, e leva a marca da TvLocal.com junto.

11.2.3 As categorias com restrição de horário perdem a proteção. Bebida alcoólica, medicamento e apostas têm restrições de conteúdo e, em alguns casos, de horário. Um acervo disponível vinte e quatro horas por dia, com o anúncio gravado dentro, elimina qualquer controle de faixa horária.

11.2.4 O contrato tem prazo e a gravação não. Deixar a peça no acervo para sempre significa veicular além do contratado, e cria um argumento óbvio para o cliente: se a minha marca continua aparecendo, eu deveria continuar pagando, ou ser indenizado por uso além do prazo. Nas duas leituras a empresa perde.

11.2.5 O direito de retirada fica inviável. Com o anúncio gravado dentro do arquivo, atender um pedido de remoção exige localizar, reeditar e republicar cada programa em que ele apareceu. Com centenas de horas de acervo, isso é impraticável.

11.2.6 O inventário deixa de ser revendável. Um programa com anúncio gravado tem o espaço vendido uma única vez. Um programa gravado limpo tem o espaço disponível todas as vezes que for assistido. O acervo deixa de ser custo de armazenamento e passa a ser estoque de inventário.

11.3 A solução: inserção dinâmica na exibição

O programa é gravado, editado e arquivado limpo, sem nenhuma marca de anunciante. A moldura publicitária é aplicada no momento da exibição, por software, tanto na transmissão ao vivo quanto na reprodução sob demanda.

Quadro 10: Comparação entre gravar o anúncio e inseri-lo na exibição

CRITÉRIO	ANÚNCIO GRAVADO NO ARQUIVO	INSERÇÃO DINÂMICA NA EXIBIÇÃO
Vezes que o espaço é vendido	Uma, no dia da produção	Todas as vezes que o programa for assistido
Oferta vinculante (CDC art. 30)	Permanece válida indefinidamente	Expira quando o contrato expira
Endereço ou preço desatualizado	Fica gravado e circula	Substituído automaticamente na próxima exibição
Pedido de retirada do cliente	Exige reeditar todo o acervo	Um clique, com efeito imediato em toda a videoteca
Restrição de horário por categoria	Impossível de respeitar	Regra programável por faixa e por conteúdo
Relatório ao anunciante	Estimativa, sem contagem por exibição	Contagem exata de quantas vezes a peça foi exibida
Valor gerado ao cliente	Menor, e com passivo	Maior, e auditável

Fonte: elaboração do autor (jul/2026), com apoio na Lei nº 8.078/1990, artigos 30, 35 e 37.

■ A RESPOSTA À DÚVIDA, EM UMA FRASE

A intuição de que o acervo com anúncio gera mais valor está certa, e é justamente por isso que ele não deve ser gravado. Guardando o arquivo limpo e inserindo a moldura na hora da exibição, o anunciante de hoje aparece também nos programas de dois anos atrás, e o mesmo acervo é vendido de novo a cada contrato.

11.4 Classificação do risco

Quadro 11: Risco de gravar publicidade no acervo, antes e depois da solução

RISCO	SEV.	PROB.	BRUTO	RESIDUAL	MEDIDA
Oferta expirada exigida por consumidor	3	4	12	3	Inserção dinâmica, com expiração automática no fim do contrato
Publicidade enganosa por dado desatualizado	3	4	12	3	Substituição automática na exibição seguinte
Impossibilidade de atender pedido de retirada	3	3	9	2	Remoção centralizada, com efeito em todo o acervo
Veiculação além do prazo contratado	2	4	8	2	A peça deixa de ser servida quando o contrato encerra

Fonte: elaboração do autor (jul/2026), com o método do capítulo 1.

11.5 O que precisa estar no contrato de veiculação

Prazo e escopo da moldura. Período contratado, número de inserções por ciclo conforme a cota e a declaração expressa de que a veiculação cessa com o fim do contrato, inclusive no acervo sob demanda.

Responsabilidade pelo conteúdo da peça. O anunciante declara que a informação prestada é verdadeira e atual, responde por ela nos termos dos artigos 30 e 37 do Código de Defesa do Consumidor, e obriga-se a comunicar mudança de endereço, telefone, preço ou condição em até cinco dias úteis.

Direito de recusa do veículo. A TvLocal.com pode recusar ou suspender peça que viole a legislação, o código de autorregulamentação publicitária ou o estatuto editorial, sem que isso configure inadimplemento.

Retirada. Prazo máximo de vinte e quatro horas para remoção da moldura de toda a base, ao vivo e sob demanda, contado do pedido escrito do anunciante ou de determinação de autoridade.

Aferição. O relatório mensal informa o número exato de exibições da moldura, separando transmissão ao vivo e acervo sob demanda, e essa contagem é a base da prova de veiculação.

■ O QUE ISSO EXIGE DA TECNOLOGIA

A inserção dinâmica não é sofisticação de emissora grande. Na arquitetura descrita no Plano de Implantação, a moldura é uma camada gráfica aplicada pelo próprio reprodutor de vídeo, no site progressivo e no aplicativo, a partir de uma tabela de programação publicitária. O custo adicional é de desenvolvimento, não de operação, e está dentro dos R\$ 25.000,00 previstos para tecnologia na Fase 1. [VERIFICAR: especificação com o desenvolvedor antes do contrato.]

Resta uma ressalva sobre o YouTube e as redes sociais. Nessas plataformas não há como aplicar camada dinâmica: o vídeo é enviado pronto. Ali, a moldura precisa ser gravada no arquivo, e por isso o contrato de veiculação trata essa distribuição em cláusula separada, com prazo declarado e com o compromisso de substituição do vídeo quando o anunciante pedir.

Nelson Alves da Silva (31) 9 8030-1239 · nelsonalvesdasilva1969@gmail.com Caeté, Minas Gerais · setembro de 2026

Este caderno organiza a exposição jurídica do projeto para fins de planejamento e de diligência. Não constitui parecer jurídico. Os itens marcados com [VERIFICAR] e todas as minutas descritas exigem elaboração e revisão por advogado inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil, e os pontos tributários exigem confirmação por contador registrado, antes de qualquer decisão ou assinatura.