



SINDICATO DAS EMPRESAS DE RADIODIFUSÃO E TELEVISÃO NO ESTADO DO PARANÁ

Curitiba março de 2012.

Exmo. Sr. ADELAR HOLSBACH

M.D. PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL
TOLEDO – PR

CÂMARA MUNICIPAL DE TOLEDO,
RECEBIDO EM 14/03/2012

Adelar Bolsbach
SEZADPR

Exmo Sr. Vereador,

O SINDICATO DAS EMPRESAS DE RADIODIFUSÃO E TELEVISÃO NO ESTADO DO PARANÁ – SERT/PR e a ASSOCIAÇÃO DAS EMISSORAS DE RADIODIFUSÃO DO PARANÁ – AERP, defensores da legalidade na radiodifusão paranaense, no cumprimento de suas prerrogativas, vem informar V. Excelência das limitações impostas pela legislação vigente para as emissoras de rádios comunitárias e educativas participarem de licitações.

O objetivo é evitar posterior responsabilidade por parte de V. Exa., uma vez que o repasse de verbas públicas na forma de publicidade institucional ou promocional, para emissoras de rádio ou TV comunitárias e educativas, implica em flagrante desrespeito a Lei de Licitações e de Responsabilidade Fiscal, uma vez que essas emissoras são proibidas de receber recursos seja de ordem pública ou privada, através da comercialização de seus horários e grade de programação.

O impedimento consta expressamente nas Lei 9.612 de 19 de fevereiro de 1998 , que criou e instituiu as RadCom no Brasil e na Lei 9.637, de 1998, onde em diversos artigos reforça a proibição de comercialização.

O artigo 19 diz que: *“É vedada a cessão ou arrendamento da emissora do Serviço de Radiodifusão Comunitária ou de horários de sua programação”.*

No tocante a propaganda propriamente dita, a única modalidade permitida é na forma de apoio cultural, que nada mais é a divulgação do nome do estabelecimento ou o slogan. Qualquer outra informação como localização, produtos promocionais, valores, telefone, e informações de cunho informativo, entre outros, já caracteriza desrespeito a lei.

“Art.18. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restrito aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida”.

A Lei n° 9.637, de 1998, que trata das emissoras educativas, reforça ainda:

Art. 19. As entidades que absorverem atividades do rádio e televisão educativa poderão receber recursos e veicular publicidade institucional de entidades de direito público ou privado, a título de apoio cultural, admitindo-se o patrocínio de programas, eventos e projetos, vedada a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos.



SINDICATO DAS EMPRESAS DE RADIODIFUSÃO E TELEVISÃO NO ESTADO DO PARANÁ

E o artigo 11 da Lei 9.612/98 estabelece que: A entidade detentora de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária não poderá estabelecer ou manter vínculos que a subordinem ou a sujeitem à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais.

O impedimento da comercialização das RadCom também coaduna com entendimento do Ministério das Comunicações, órgão que regulamenta o setor do Brasil. Em anexo, juntamos Parecer da Consultoria Jurídica do Ministério das Comunicações a respeito da questão.

Assim, reforçamos a informação da ilegalidade da participação de emissoras de rádio e TV comunitárias em licitações públicas.

Aproveitamos a oportunidade para nos colocarmos a disposição para outros esclarecimentos sobre o setor de radiodifusão. Esperamos ter colaborado com V. Exa.

Cordialmente,


ALEXANDRE BARROS
Pres. SERT/PR


MÁRCIO VILLELA
Pres. AERP

PARECER DA CONSULTORIA JURÍDICA DO MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

"MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. CONSULTORIA JURÍDICA. INFORMAÇÃO CONJUR Nº 277 /2002

Assunto: Radiodifusão Comunitária. Definição do conceito de "Apoio Cultural".
Ementa: Requerimento apresentado pelo Deputado Walter Pinheiro, sobre a Expressão 'apoio cultural' constante da Lei nº 9.612, de 1998. Vem e examina desta Consultoria Jurídica o requerimento de Informação nº 4.220, de 12 de março de 2002, dos Srs. Deputados Walter Pinheiro e Fernando Ferro, no sentido de que sejam prestadas, por este Ministério das Comunicações, as seguintes informações:

"Qual a norma legal que define o conceito de "apoio cultural", expresso na legislação do Serviço de Radiodifusão Comunitária, art. 18 da lei nº 9.812/98, seu Decreto regulamentador, nº 2.615/98, e Norma Operacional 02/98."

2. Inicialmente, cumpre salientar que a Lei nº 9.612, de 1998, que disciplina e exploração de serviço de radiodifusão comunitária, é ordinária da Câmara dos Deputados, na forma do Projeto de Lei nº 1.521, de 1998, de iniciativa do Deputado Federal Arnaldo Faria de Sá.

3. Dessa forma, embora versando sobre serviço de radiodifusão, assunto afeto à área de competência deste Ministério das Comunicações, convém frisar que a inclusão dos termos objeto da arguição, ou seja, patrocínio sob e forma de "apoio cultural", na Lei 9.612, de 1998, teve origem no Congresso Nacional.

4. Pesquisando a intenção do legislador, é razoável concluir que a expressão 'apoio cultural', inserta nos dispositivos questionados, teria inspiração nas disposições da Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 (Lei Rouanet), que "Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 02 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC e de outras providências, apesar daquela se consubstanciar em legislação de Incentivo Fiscal.

A mencionada "Lei Rouanet" estabelece: Art. 23. Para os fins desta Lei, considera-se:

I - (VETADO)
II - patrocínio: a transferência de numerário, com finalidade promocional ou a cobertura pelo contribuinte do imposto de Renda e Proventos de Qualquer Natureza, de gastos, ou utilização de bem móvel do seu patrimônio, sem a transferência de domínio, para realização, por outra pessoa física ou jurídica de atividade cultural com ou sem finalidade lucrativa prevista no art. 3º desta Lei. Art. 25. Os projetos a serem apresentados por pessoas físicas ou pessoas jurídicas, de natureza cultural para fins de incentivo, objetivarão desenvolver as formas da expressão, de modos de criar e fazer, os processos de preservação e proteção do patrimônio cultural brasileiro, e os estudos e métodos de interpretação da realidade cultural, bem como contribuir para propiciar meios à população em geral, que permitam o conhecimento dos bens e valores artísticos e culturais, compreendendo, entre outros, os seguintes segmentos:

IX - rádio e televisão educativas e culturais, de caráter não comercial.
6. Obsedamos, ainda, que expressão está inserida não somente a Lei nº 9.612, de 1998, que instituiu o serviço de Radiodifusão Comunitária, mas também, no corpo da Lei nº 9.637, de 15 de maio de 1998, que "Dispõe sobre a qualificação de entidades como organizações sociais, a



SINDICATO DAS EMPRESAS DE RADIODIFUSÃO E TELEVISÃO NO ESTADO DO PARANÁ

criação do Programa Nacional de Publicação, a extinção dos órgãos e entidades que menciona e a absorção de suas atividades por organizações sociais, e dá outras providências”.

7. As leis citadas estabelecem:

Lei nº 9.612. de 1998:

“Art.18. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restrito aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida”.

Lei n' 9.637, de 1998:

Art. 19. As entidades que absorverem atividades do rádio e televisão educativa poderão receber recursos e veicular publicidade institucional de entidades de direito público ou privado, a título de apoio cultural, admitindo-se o patrocínio de programas, eventos e projetos, vedada e veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos.

8. Consideradas as disposições legais mencionadas e, ainda tendo sob mira a intenção do legislador, princípio geral da hermenêutica, independentemente da definição legal expressa firmou-se neste Ministério das Comunicações o entendimento da que patrocínio, sob a forma de “apoio cultural”, é todo aquele em que uma pessoa jurídica, ou pessoa natural, assume o custeio de programa produzido e veiculado por determinada emissora que se enquadre nos preceitos legais citados. Essa emissora, durante sua veiculação, informará que aquele é um programa patrocinado pela pessoa que suportou seu custeio sem, contudo dar tratamento publicitário (de anúncio, propaganda etc.) à Informação. Exemplificando:

- > Este programa tem o patrocínio de João de Maria.*
 - > Este programa tem o apoio cultural da “Farmácia São José”.*
- 9. Esse entendimento é considerado nas ações de fiscalização de competência deste Ministério das Comunicações, realizadas mediante convênio firmado com a Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL, estando também consagrado no setor da radiodifusão, em especial no meio de radiodifusão comunitária.*

*Estas são as informações que temos a prestar.
Brasília, 21 de junho de 2002.*

ZILDA BEATRÍZ SILVA DE CAMPOS ABREU
Assessora

*De acordo. Encaminham-se as informações à consideração do Senhor Ministro das Comunicações Brasília, 21 de junho de 2002. RAIMUNDA NONATA PIRES
Consultora Jurídica”*

COREC 077/2012

