

CONTRATAÇÃO DE RÁDIO COMUNITÁRIA

Autoria:

Sidnei Di Bacco
Advogado

Rádio comunitária pode ser contratada para divulgar os atos oficiais da prefeitura?

O documento denominado "autorização para apoio cultural" emitido por rádio comunitária pode ser empenhado e pago pela prefeitura?

A radiodifusão comunitária é definida pela Lei 9612/1998 como a radiodifusão sonora em frequência modulada (FM), operada em baixa potência (25 watts) e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço. As estações de rádios comunitárias devem ter uma programação pluralista, sem qualquer tipo de censura, e devem ser abertas à expressão de todos os habitantes da região atendida.

A Lei 9612/1998 e o Decreto 2615/1998, que regulam o serviço de radiodifusão comunitária, não tratam da veiculação de publicidade. Entretanto, a Norma 2/1998, aprovada pela Portaria 191/1988 do Ministério das Comunicações, o faz no subitem 15.3:

São puníveis com multa as seguintes infrações na operação das emissoras do RadCom:

XV - transmissão de propaganda ou publicidade comercial a qualquer título.

Consta no sítio do Ministério das Comunicações: [1]

As prestadoras de serviço de radiodifusão comunitária podem transmitir patrocínio sob a forma de apoio cultural, desde que restrito aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida. Considera-se apoio cultural o pagamento dos custos relativos à transmissão da programação ou de um programa específico, sendo permitido, por parte da emissora recebedora do apoio, apenas veicular mensagens institucionais da entidade apoiadora, sem qualquer menção aos seus produtos ou serviços. A rádio comunitária não pode veicular propaganda comercial.

Extrai-se do excerto transcrito que as rádios comunitárias não prestam serviços de publicidade e sim veiculam mensagens institucionais de patrocinadores. Portanto, é incabível falar-se em

emissão de nota fiscal. Todavia, há necessidade de o patrocínio concedido pela prefeitura ser formalizado documentalmente para viabilizar o seu empenho, liquidação e pagamento. Para tanto, o documento chamado "autorização para apoio cultural", ou outro semelhante, usualmente emitido pelas rádios comunitárias, parece suficiente para substituir o documento fiscal, pois em seu corpo existem campos para a identificação do patrocinador e a especificação do tempo de duração e do horário das inserções publicitárias do município.

O enquadramento da prefeitura na qualidade de patrocinadora permite algumas divagações jurídicas. Por exemplo, a eventual alegação da desnecessidade de procedimento licitatório, pois, a rigor, não se trata de contratação de serviço. No entanto, toda cautela é necessária, por que:

a) se não é contratação de serviço de publicidade, é o quê? Subvenção? Doação?

b) a motivação principal da prefeitura costuma ser a divulgação dos atos oficiais;

c) o apoio cultural – ou patrocínio – concedido à rádio comunitária provavelmente será contabilizado como gasto com publicidade.

Por essas razões, é prudente considerar a concessão de patrocínio a rádio comunitária como despesa com publicidade e instaurar licitação para a sua contratação quando o dispêndio ultrapassar R\$ 8.000,00 por ano, nos termos do art. 24, inciso II, da Lei 8666/1993. Ademais, não se pode esquecer que a Lei de Licitações veda a adoção de inexigibilidade para serviços de publicidade e divulgação (art. 25, inciso II). Portanto, nessa parte, a rádio comunitária equipara-se a uma rádio comercial.

O edital de licitação deverá estipular como parâmetro para a seleção da melhor proposta o menor preço por tempo e horário de inserção, não se admitindo propostas com base em menor preço global mensal.

Ainda no sítio do Ministério das Comunicações: [2]

A programação diária de uma rádio comunitária deve conter informação, lazer, manifestações culturais, artísticas, folclóricas e tudo aquilo que possa contribuir para o



desenvolvimento da comunidade, sem discriminação de raça, religião, sexo, convicções político-partidárias e condições sociais. A programação deve respeitar sempre os valores éticos e sociais da pessoa e da família, prestar serviços de utilidade pública e contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas. Além disso, qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá o direito de emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar idéias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações. [2]

Observa-se, claramente, que a programação admissível na rádio comunitária ajusta-se perfeitamente à índole da publicidade autorizada para os municípios, que deverá ter "caráter educativo, informativo ou de orientação social" (CF, art. 37, § 1º).

Portanto, a rádio comunitária, em razão de seus fins, representa o meio natural de divulgação da publicidade institucional do município.

NOTAS:

[1] <http://www.mc.gov.br>.

[2] Idem.