



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.192, DE 2023

(Do Sr. Júnior Mano)

Acrescenta o art. 18-A à Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, para permitir o custeio da operação de rádios comunitárias por meio da venda de publicidade e propaganda comercial.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-1959/2021.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD



PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. JÚNIOR MANO)

Acrescenta o art. 18-A à Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, para permitir o custeio da operação de rádios comunitárias por meio da venda de publicidade e propaganda comercial.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, passa a vigorar com o seguinte art. 18-A:

"Art. 18-A. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão transmitir propaganda e publicidade comerciais ou de interesse público, desde que restritas aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.

§ 1º O tempo destinado na programação das emissoras comunitárias à propaganda e publicidade de que trata o caput não poderá exceder 25% (vinte e cinco por cento) do total.

§ 2º A receita obtida com a venda de propaganda e publicidade de que trata o caput deverá ser destinada exclusivamente ao custeio das operações e à manutenção da emissora comunitária.

§ 3º No caso de publicidade de interesse público, as prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão firmar contratos com qualquer ente federado."

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO



O surgimento das rádios comunitárias na década de 1990 promoveu uma transformação no cenário da comunicação local. A partir de então, pequenas e médias cidades passaram a contar com suas próprias emissoras para a prestação de serviços, representando um marco na democratização dos meios de comunicação.

As rádios comunitárias desempenham um papel fundamental na sociedade, oferecendo informação, cultura, entretenimento e educação às comunidades, promovendo a diversidade de opiniões e fortalecendo a democracia. Entretanto, muitas dessas emissoras enfrentam dificuldades financeiras para se manterem, o que afeta diretamente sua capacidade de atuar como agentes de desenvolvimento local e de inclusão social.

Isso decorre do disposto no artigo 1º da Lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que instituiu o Serviço de Radiodifusão Comunitária, o qual estabeleceu que o serviço de radiodifusão comunitária só pode ser concedido a fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos.

Como consequência, a regulamentação dessa lei proíbe expressamente a venda de espaços publicitários na programação das rádios comunitárias. A única forma de arrecadação de recursos disponível para essas rádios é por meio do patrocínio de apoio cultural, restrito à comunidade atendida.

Essa limitação acaba por prejudicar a qualidade da comunicação oferecida às comunidades. De acordo com o IBGE, o Brasil possui 5.570 municípios, dos quais 70% têm uma população entre 5.000 e 20.000 habitantes. Nestas cidades, operam aproximadamente 4.871 rádios comunitárias autorizadas pelo governo brasileiro.

Além disso, a proibição da veiculação de publicidade nessas emissoras enfraquece o comércio local, que muitas vezes não possui condições financeiras para anunciar em rádios comerciais.

Embora as rádios comunitárias estejam vinculadas a instituições sem fins lucrativos, tais emissoras possuem custos operacionais, como manutenção de equipamentos, material de expediente e contas de luz e água. Portanto, a proibição da venda de publicidade não só limita a receita das



instituições mantenedoras, mas também a capacidade de manter o serviço social das rádios comunitárias.

Dessa forma, é necessário permitir às Rádios Comunitárias uma fonte de receita alternativa ao apoio cultural, para permitir que tais emissoras comercializem espaços publicitários em sua programação – o que permitirá a tais emissoras obter recursos para custear suas atividades e contribuir para o desenvolvimento das comunidades em que atuam.

Este é o objetivo deste Projeto de Lei: possibilitar às rádios comunitárias custear suas operações por meio da venda de publicidade comercial. Ao promover essa alteração na Lei, o Parlamento brasileiro terá uma oportunidade histórica, após mais de 25 anos, de modificar a Lei 9.612/98, transformando o futuro das rádios comunitárias e do povo brasileiro, e colaborando na luta contínua pela democratização da comunicação em nosso país.

Além disso, a aprovação deste projeto permitirá que os entes federativos - União, Estados, Municípios e o Distrito Federal - utilizem a capilaridade das redes de rádios comunitárias para divulgar informações de utilidade pública, como o combate à COVID-19, sarampo, caxumba, rubéola, varicela e o mosquito transmissor da dengue, zika e chikungunya, por exemplo.

Assim, o presente Projeto de Lei tem o potencial de fortalecer as rádios comunitárias em todo o Brasil, possibilitando sua sustentabilidade financeira e ampliando sua capacidade de atuação como ferramenta de desenvolvimento e inclusão social.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres parlamentares desta Casa para a APROVAÇÃO deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado JÚNIOR MANO
PL/CE

2023-2013



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Júnior Mano
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD231611338300>



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 9.612, DE 19 DE
FEVEREIRO DE 1998
Art. 18**<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199802-19:9612>**FIM DO DOCUMENTO**