

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 2.054, DE 2025

(Apensado PL nº 3231, de 2025)

Acrescenta o art. 18-A à Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, para permitir a veiculação de publicidade comercial pelas rádios comunitárias.

Autor: Deputado MARCELO CRIVELLA

Relator: Deputado CLEBER VERDE

I - RELATÓRIO

A proposição altera a Lei das Rádios Comunitárias (Lei nº 9.612, de 1998), para permitir a veiculação de, até, dez minutos diários de publicidade de estabelecimentos comerciais constituídos na área de atendimento da emissora.

Apenso está o projeto do Dep. Fernando Rodolfo, PL 3231, de 2025, que também pretende permitir propagandas para rádios comunitárias e, em adição, rádios educativas. Nesta proposição o limite à propaganda é de 100 minutos diários, as publicidades deverão ser precedidas de contratos que deverão ser registrados em cartório e estarão sujeitos à fiscalização da agência de telecomunicações, Anatel, e Ministério Público Estadual.

A matéria foi distribuída às Comissões de Comunicação e de Constituição e Justiça e de Cidadania (art. 54 RICD), sua apreciação é conclusiva pelas Comissões, não recebeu emendas neste colegiado e seu regime de tramitação é ordinário, conforme o art. 24, inciso II e art. 151, inciso III, ambos do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD).

É o relatório.

2025-13665



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD259357193500>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Cleber Verde



II - VOTO DO RELATOR

A Lei das Rádios Comunitárias (Lei nº 9.612, de 1998) veio atender demandas de associações culturais e de populações de bairros e distritos, muitas das vezes localizados em zonas afastadas, de poderem contar com um veículo de comunicação que pudesse atender aos interesses das comunidades. Essas emissoras, que somente podem transmitir sua programação em um raio de um quilômetro, são responsáveis pela divulgação de mensagens e avisos, troca de informações, pelo exercício de debates e expressão de opiniões e por dar voz a expressões culturais locais. Além de tornam-se, dessa forma, elementos chaves para a formação de laços e de sentimentos de pertencimento, são importantes contribuintes para o desenvolvimento socioeconômico da área. Em síntese, são ferramentas para o exercício pleno da cidadania e um elemento indissociável da democracia.

Deve ser notado que esses conteúdos de interesse fortemente localizado não são o foco de suas congêneres comerciais, uma vez que estas normalmente retransmitem programas, músicas e noticiários produzidos em capitais e demais cidades grandes. Além disso, as comunitárias devem ser compreendidas, também, como instrumento de capacitação para pessoas que queiram ingressar no universo do jornalismo ou queiram ser radialistas, técnicos em diversas áreas e outras profissões. Assim, a aprovação da lei das comunitárias permitiu uma complementaridade sadia no espaço do rádio em FM. Com pouco mais de vinte anos da lei, existem hoje mais de 15 mil entidades em processo de autorização e mais de cinco mil rádios em pleno funcionamento.

Entretanto, tendo em vista que as rádios comunitárias são consideradas como um serviço distinto e que não deve competir com as rádios comerciais, as quais são outorgadas em processos licitatórios, portanto, mediante pagamento, não lhes é permitido veicular publicidade. Essa vedação, no entanto, tem tornado a operação do serviço insustentável para as emissoras. Os custos cada vez mais crescentes de mão-de-obra, da energia



elétrica e dos equipamentos em si tornam cada vez mais difícil a manutenção das iniciativas.

Uma outra categoria de radiodifusores que também possui consideráveis dificuldades de solvência, são as educativas. O serviço é “destinado à transmissão de programas educativo-culturais, que atuam em conjunto com os sistemas de ensino, visando à promoção e ao fortalecimento da educação básica e superior, da educação permanente e da divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional.”¹ São muitas das vezes outorgadas a universidades, prefeituras e outros órgãos públicos ou instituições privadas. Porém, o fato de não podem ter caráter comercial ou fins lucrativos dificulta a captação de recursos por essas emissoras. Esta modalidade está regulada pelo Decreto-Lei nº 236, de 1967, onde está expresso em seu art. 13 ser “vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos.”

Neste cenário analisamos os projetos de lei dos Dep. Marcelo Crivella, PL 2054/2025, e do Dep. Fernando Rodolfo, PL 3231/2025. O autor do primeiro se mostra sensível à possibilidade de veiculação de propaganda pelas emissoras comunitárias e propõe flexibilizar essa proibição, permitindo que as emissoras possam veicular publicidade por dez minutos diários, desde que as propagandas sejam relativas a estabelecimentos localizados na mesma área geográfica. Já o autor do segundo, estende a possibilidade de veiculação de publicidade também para as rádios educativas e fixa o limite de cem minutos diários para essas transmissões. Além disso, determina que os contratos devem ser registrados em cartório e que a fiscalização das emissoras deva se dar pela Agência Nacional de Telecomunicações e pelo Ministério Público Estadual.

Com relação às rádios comunitárias, entendemos que a permissão é acertada, uma vez que os comerciantes e prestadores de serviços que teriam interesse em veicular propaganda nessas rádios normalmente não

¹ Ver “Obter outorga para exercer serviços de radiodifusão educativa”, Ministério das Comunicações, 19/08/2025.

Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/obter-outorga-para-exercer-servicos-de-radiodifusao-educativa>



são anunciantes de emissoras comerciais. Dessa forma, não vemos competição entre os serviços de rádio. Em contrapartida, enxergamos nessa possibilidade de captação de recursos uma alternativa válida, não apenas para a solvência das associações, mas, também, para o desenvolvimento socioeconômico dessas comunidades.

Raciocínio análogo podemos utilizar para o caso das educativas. Se as comunitárias, que por possuírem alcance restrito são importantes para a manutenção do tecido social das comunidades, as rádios educativas, de maior alcance, se prestam a interesses mais gerais para cidades inteiras e regiões próximas. Elas transmitem conteúdos igualmente informativos, educativos e culturais e também devem ser consideradas como elementos essenciais do espaço público e construtores da democracia. Entretanto, devido ao seu alcance maior e nível institucional, incorrem em gastos de manutenção maiores do que as comunitárias. Por conseguinte, a vedação à captação de publicidade também é sentida pelas educativas. Por esses motivos, acreditamos que a flexibilização também deva ser estendida para este caso, como proposto pelo autor e sujeitos a um limite diário maior, no caso de 100 minutos.

Tendo em vista os argumentos apresentados, propomos um substitutivo para a aprovação de ambos os projetos. Em primeiro lugar, com relação às educativas, optamos por incluir artigo novo no Código de Telecomunicações, Lei nº 4.117, de 1962, diploma legal que dispõe sobre os serviços de radiodifusão, permitindo a captação de recursos e a veiculação de propaganda. Como segundo ponto, alteramos o art. 4º da Lei das Comunitárias, que veda qualquer forma de proselitismo, para incluir uma referência à possibilidade de veiculação de propaganda. Em complemento, propomos nova redação ao art. 18 daquela lei de modo a incluir a possibilidade de veiculação de propaganda no mesmo artigo que já previa a possibilidade de captação de apoio cultural.

Acreditamos que a aprovação da matéria, permitindo a veiculação de apenas 10 e 100 minutos diários, para rádios comunitárias e educativas respectivamente, irá contribuir para a manutenção e o florescimento dessas iniciativas, não trazendo prejuízos para as emissoras comerciais. Com



maiores recursos, programações mais atrativas poderão ser produzidas, trazendo mais ouvintes para a radiodifusão sonora, o que fortalecerá o setor como um todo.

Assim sendo, pelos motivos elencados, somos pela **APROVAÇÃO** dos projetos de lei nºs 2.054 e 3.231, ambos de 2025, na forma do **SUBSTITUTIVO** anexo.

Sala da Comissão, em de de 2025.

Deputado CLEBER VERDE
Relator

2025-13665



COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.054, DE 2025

Altera as Leis nºs 4.117, de 27 de agosto de 1962, e 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, para permitir a veiculação de publicidade comercial pelas rádios educativas e comunitárias.

O Congresso Nacional decreta:

Art 1º Esta lei altera as Leis nºs 4.117, de 27 de agosto de 1962, e 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, para permitir a veiculação de publicidade comercial pelas rádios educativas e comunitárias.

Art. 2º A Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo:

“Art. 38-A. É permitido às emissoras educativas prestadoras do serviço de radiodifusão sonora:

I – admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos; e

II – transmitir propaganda e publicidade comercial pelo tempo máximo de 100 (cem) minutos diários.”

Art 3º A Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 4º
.....

§ 1º É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária, ressalvado o disposto no art. 18.



.....” (NR)

“Art. 18. As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão:

I – admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos; e

II – transmitir propaganda e publicidade comercial pelo tempo máximo de 10 (dez) minutos diários.

Parágrafo único. O patrocínio e as propagandas e publicidades de que tratam o caput deverão restringir-se aos estabelecimentos situados na área atendida pela prestadora.” (NR)

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2025.

Deputado CLEBER VERDE
Relator

2025-13665

