

PARECER Nº , DE 2009

Da COMISSÃO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA, em decisão terminativa, sobre o Projeto de Lei do Senado nº 500, de 2009, do Senador Roberto Cavalcanti, que *altera a Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que “institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências”*, para disciplinar a denominação das entidades autorizadas a executar serviço de radiodifusão comunitária.

RELATOR: Senador **RENATO CASAGRANDE**

I – RELATÓRIO

Chega a esta Comissão, para decisão em caráter terminativo, o Projeto de Lei do Senado nº 500, de 2009, que disciplina a denominação das entidades autorizadas a executar serviço de radiodifusão comunitária.

De autoria do Senador Roberto Cavalcanti, a proposta é vazada em dois artigos, além da cláusula de vigência. Propõe-se ela a alterar a redação do § 7º do art. 9º da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, que *“institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências”*. Por sucinto, eis o dispositivo:

§ 7º É vedado o uso da sigla “FM” na denominação das entidades executoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária, seja em sua razão social, seja em seu nome de fantasia.

Justifica a propositura seu autor com o relato de que muitas rádios comunitárias têm produzido “sérios danos às receitas operacionais das emissoras comerciais, como perda de clientes, perda de contratos”, ao se apropriarem de parte da demanda por propaganda e publicidade.

Diz ainda que as rádios comunitárias, ao exibirem a sigla “FM” em seu nome, “têm sido confundidas com empresas comerciais, não somente por seu público, mas também pelas associações ou fundações que as sustentam”. Conclui ele que a situação se torna intolerável para as rádios comerciais. A solução, a seu ver, é a imediata retirada da referida sigla da denominação das entidades executoras do Serviço de Radiodifusão comunitária, sob pena de não terem suas licenças renovadas.

Não foram apresentadas emendas perante esta Comissão.

II – ANÁLISE

Conforme determina o Regimento Interno do Senado Federal, nos termos do seu art. 104-C, VII, cumpre à Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) opinar acerca de proposições que versem sobre comunicação, imprensa, radiodifusão, televisão, outorga e renovação de concessão, permissão e autorização para serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

Por tratar-se de distribuição em caráter exclusivo, incumbe à CCT pronunciar-se também sobre os aspectos de constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa.

Vazado em boa técnica legislativa e sem vícios de origem ou de tramitação que comprometam sua aprovação e futura aplicação, o PLS nº 500, de 2009, não institui lei extravagante, tendo seu autor optado, acertadamente, por modificar a lei que regula a matéria. Acrescente-se que ela não impõe obrigação atípica ou excessiva aos agentes mencionados.

Impende considerar, quanto ao mérito, que o objetivo colimado pelo autor já esteja consignado na lei ora modificada. Com efeito, as rádios comunitárias não podem vender espaço publicitário ou comercial em sua programação. Há dois artigos na lei à qual estão sujeitas que lhes vedam essa possibilidade.

O art. 7º da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, restringe a concessão dos serviços a entidades sem fins lucrativos. Eis o artigo, na íntegra:

Art. 7º São competentes para explorar o Serviço de Radiodifusão Comunitária as fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, desde que legalmente constituídas

e devidamente registradas, sediadas na área da comunidade para a qual pretendem prestar o Serviço, e cujos dirigentes sejam brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos.

Por seu turno, o art. 18, da mesma lei, estabelece claramente que somente será admitida a publicidade na forma de patrocínio, modalidade de apoio cultural. Isso quer dizer que não serão admitidas as características dos produtos produzidos pelas patrocinadoras. Apenas seus nomes e algum *slogan* serão permitidos. Só se admite, ademais, o patrocínio de estabelecimentos localizados na área da comunidade atendida. Eis o dispositivo, *verbis*:

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 restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.

Entende-se, finalmente, que a alteração dos nomes das entidades, para lhes retirar, ou proibir a inserção, da sigla “FM”, pouco efeito trará sobre eventual prática delituosa. Não seria sensato imaginar que estabelecimentos comerciais de fora da comunidade investissem recursos em publicidade sem inteiro conhecimento da natureza de sua prestadora de serviços.

É de todo inimaginável que as rádios comunitárias, por exibirem a sigla “FM” em seu nome, sejam “confundidas com empresas comerciais, não somente por seu público, mas também pelas associações ou fundações que as sustentam”. Talvez, então, seja preferível entender-se que a solução para o problema alegado não esteja no âmbito da letra da lei, mas sim dos aparelhos de fiscalização, controle e repressão ao alcance do Ministério das Comunicações.

Fica evidente, do relato apresentado pelo autor, que as evidências conduzem à constatação de prática reiterada de transgressão a dispositivos legais existentes e claros, não havendo, portanto, ganho algum em se criar novo dispositivo.

III – VOTO

Ante o exposto, voto pela **rejeição** do PLS nº 500, de 2009, nos termos em que se nos apresenta.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator