

A Artigo 19 apresenta análise comparada de países que permitem publicidade e propaganda comercial em rádios comunitárias em referência à minuta do Projeto Legislativo do Senado que propõe possibilitar 10 minutos diários de publicidade e propaganda restrito ao comércio local.

Outubro – 2013

I) PROJETO DE LEI Nº 524 DE 2007

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

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

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

“**Art. 18-A.** As prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão transmitir propaganda e publicidade comerciais, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida.

Parágrafo único. O serviço de propaganda e publicidade não poderá ultrapassar o tempo de 10 minutos diários.” (NR)

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

Apesar de se tratar de uma importante iniciativa e um avanço no que diz respeito à sustentabilidade das rádios comunitárias, a Artigo 19 considera que o referido Projeto de Lei restringe demasiadamente o tempo destinado à publicidade na programação diária das rádios. O tempo diário de publicidade na radiodifusão como um todo deve estar sujeito a limites, porém estes não devem ser tão rigorosos a ponto de minar o desenvolvimento e crescimento do setor. A questão é ainda mais delicada quando relacionada às rádios comunitárias, se por um lado existe uma preocupação em proteger o caráter não comercial dessas emissoras, também existe um receio quanto à capacidade de sobrevivência sem incentivos publicitários.

Nesse sentido, apresentamos uma breve análise sobre os padrões internacionais e as discussões da sociedade civil nesse campo, bem como uma tabela comparativa sobre como outros países vêm aplicando a publicidade para as rádios comunitárias.

II) PONTOS IMPORTANTES SOBRE A SUSTENTABILIDADE

Fonte: http://amarcbrasil.org/wp-content/uploads/2011/08/AMARC_40P-interior_portFINAL.pdf

Sobre a questão da sustentabilidade das rádios comunitárias cabe destacar, em primeiro lugar, a postura adotada pela Relatoria para a Liberdade de Expressão da OEA, quando em seu Informe Anual de 2002 assegurou que: "... a necessidade crescente de expressão das maiorias e minorias sem acesso aos meios de comunicação, e sua reivindicação pelo direito de comunicação, de livre expressão de ideias, de difusão de informação torna premente a necessidade de procurar bens e serviços que lhes assegurem condições básicas de dignidade, segurança, subsistência e desenvolvimento".

Entre estas condições está a possibilidade de ter acesso a uma variedade de fontes genuínas de financiamento, entre as que se encontra a publicidade, recurso vital para manter emissoras independentes de partidos políticos, empresas comerciais e governos.

A legislação deve reconhecer explicitamente o direito das entidades sem fins de lucro que oferecem serviços de radiodifusão comunitária a assegurar sua sustentabilidade econômica, independência e desenvolvimento, para os quais poderão obter recursos, entre outras fontes, de doações, aportes solidários, auspícios, patrocínios e publicidade privada e oficial, da qual não serão discriminadas.

Um mecanismo interessante para proteger a independência das rádios comunitárias poderia ser a restrição a que uma única fonte de financiamento exceda uma determinada quota no ano de exercício contábil. As fontes de financiamento devem incluir subvenções públicas e privadas, contratos por serviços, publicidade, patrocínio de programas ou da emissora, membros assinantes, doações, fundos produzidos em eventos, etc. Um sistema de financiamento que dependa total ou majoritariamente de dinheiro do Estado seria impraticável na maior parte do mundo, em primeiro lugar porque nos países em desenvolvimento os recursos do Estado para fomento da radiodifusão comunitária são escassos, mas também para se garantir a independência editorial e para se buscar eliminar influências políticas diretas.

O risco do investimento público direto tolher a independência com relação aos governos é enorme e poderia se transformar em um mecanismo de censura indireta para castigar os críticos e beneficiar a aqueles meios que são dóceis ou aliados. Por outro lado, frente ao risco de algumas emissoras perderem ou desvirtuarem os objetivos e finalidades do serviço comunitário, estes aspectos se transformam em requisitos e também condições para o uso da

frequência, para o que poderão ser realizadas avaliações periódicas ou serem efetuados controles por queixas e denúncias. A estes efeitos devem ser estabelecidos mecanismos para que membros da comunidade possam apresentar denúncias sobre o descumprimento dos compromissos legais por parte da emissora. O descumprimento grave destas condições pode trazer a perda da autorização, que se executará após a garantia de um devido processo.

Na África do Sul se menciona expressamente que deve ser verificado o compromisso de «manter programação de interesse da comunidade respectiva promovendo a participação na seleção ou realização dos programas. A normativa da Irlanda estabelece que na mesma solicitação devem se comprometer a promover e «manter» a ativa participação da comunidade em todos os níveis de operação.

No marco das condições de uso das frequências, um dos meios para assegurar o caráter comunitário das emissões durante o prazo íntegro de sua concessão se baseia na manutenção dos requerimentos especialmente tidos em conta no momento da adjudicação. Um deles é referente ao conteúdo das emissões e à sua programação. Neste sentido, se encontram, entre outros casos, a legislação colombiana, cujo decreto 1981 de 2003 estabelece no Capítulo III a criação de «Juntas de Programação».

Outro exemplo a ter em conta se encontra na lei para garantir a liberdade de expressão através dos meios comunitários por radiodifusão, aprovada recentemente no Uruguai. No artigo 14, sob o título «Participação Cidadã» se estabelece:

“O Poder Executivo deverá estabelecer mecanismos que garantam a participação cidadã na aplicação da normativa sobre radiodifusão comunitária e na elaboração, decisão, implementação e acompanhamento das políticas para o setor.” Prevê-se também a criação do Conselho Assessor Honorário de Radiodifusão Comunitária «que atuará de forma independente e na órbita administrativa da Unidade Reguladora de Serviços de Comunicações (URSEC), o qual será consultado obrigatoriamente para a elaboração do regulamento desta lei, os formulários e mecanismos de atribuição de frequências e para a consideração das solicitações apresentadas, entre outras».

III) CONCLUSÃO

Em suma, os legisladores devem levar em consideração que a ausência de finalidade de lucro é a atividade que não busca obtenção de entradas para sua acumulação ou sua distribuição ou seu investimento em objetivos diferentes dos que correspondem ao serviço de radiodifusão comunitária. A única exigência aos operadores de meios comunitários é o compromisso de que

a totalidade dos recursos que obtenham seja investida em melhorias que garantam a continuidade da emissora e o desenvolvimento dos objetivos do serviço de radiodifusão comunitária. Poderão ser estabelecidos mecanismos de controle do cumprimento desta condição que, inclusive, poderão prever sanções como a perda do uso da frequência no caso de se confirmar um abuso.

A partir dessa breve exposição, é possível verificar que o Projeto de Lei 524 de 2007 do Senador Marcelo Crivela indica um avanço na legislação atual e é positivo quando limita a publicidade e propaganda ao comércio local, porém ainda é tímido no que diz respeito ao tempo permitido para publicidade a ser veiculada nas rádios comunitárias no Brasil. Além de aumentar o tempo destinado à publicidade de acordo com as reais necessidades de sustentabilidade das rádios, a legislação deveria prever formas de controle e fiscalização para assegurar a autonomia e independência das rádios frente aos interesses comerciais da região, garantindo a veiculação de conteúdo de interesse da comunidade local.

País	Parâmetro para as rádios comunitárias
Reino Unido	Publicidade comercial não pode significar mais do que 50% de seu orçamento. Proíbe publicidade de álcool, tabaco, pornografia, campanhas políticas e religiosas, restrições nos avisos de apostas, serviços financeiros e produtos de saúde e regras para prevenir publicidade enganosa, prejudicial ou ofensiva.
Irlanda	Publicidade comercial não pode significar mais do que 50% de seu orçamento.
Alemanha	Proíbe publicidade mas o governo subsidia as rádios completamente.
Suíça	Proíbe publicidade mas o governo subsidia as rádios completamente.

Austrália	Permite 5 minutos por hora para anúncio de patrocinadores, mas dispõe de um fundo governamental para subsidiar parcialmente seu funcionamento.
França	Permite sem limitações, porém caso a emissora comunitária queira fazer uso do Fundo de Apoio à Expressão Radiofônica (FASER) como fonte complementar, os ingressos por publicidade ou patrocínio devem ser inferiores aos 20% de seu volume total de negócios.
Canadá	Estão autorizadas a vender publicidade e aumentar seu financiamento por meio de qualquer forma possível – limite é de 04 minutos de publicidade por hora (máximo de 504 minutos semanais).
África do Sul	Podem ser financiadas por doações, prêmios ou reconhecimentos, patrocínios ou publicidades, direitos de associados ou qualquer combinação entre todos eles. Todos os benefícios deverão ser investidos em benefício da comunidade em particular, o que será monitorado pela autoridade de aplicação.
Equador	Podem ser financiadas por doações, prêmios ou reconhecimentos, patrocínios ou publicidades, direitos de associados ou qualquer combinação entre todos eles. Todos os benefícios deverão ser investidos em benefício da comunidade em particular.