



Orientações para a contratação de emissoras de rádio e TV pelo órgão público

Inclui parecer jurídico do escritório
Raulino Brüning Advogados Associados

Outubro de 2025



Orientações para a contratação de emissoras de rádio e TV pelo órgão público

Prezado(a),

Ao longo dos anos, a ACAERT sempre foi um ator importante nos processos envolvendo a contratação de emissoras de Rádio e TV pelos Órgãos Públicos, para que possam se comunicar de maneira eficiente com a sociedade.

Seu papel é contribuir na excelência dessa comunicação, atuando de forma transparente, legalista e profissional, para a melhor entrega possível por parte dos seus associados.

Portanto, este documento procura auxiliar os Órgãos Públicos nas diversas formas de contratação das emissoras de Rádio e TV, envolvendo agências de publicidade ou não.

A ACAERT está à disposição para mais esclarecimentos sobre o tema, com o objetivo de contribuir na promoção das boas práticas das políticas de comunicação pública.



Fábio Bigolin
Presidente da ACAERT

CONTRATAÇÃO DE EMISSORAS DE RÁDIOS E TV PELO ÓRGÃO PÚBLICO

1. SEM INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

A Administração Pública pode contratar emissoras de rádio e TV para veicular mídia, sem intermediação de agência de publicidade, quando a mídia é fornecida pelo órgão contratante, conforme decisão do Tribunal de Contas (TCE/SC - Processo REP 20/00467800 | TCE-PR -ACÓRDÃO N° 105/18).

Destaca-se o trecho da referida decisão do Tribunal de Contas de Santa Catarina:

No caso em tela, a DLC constatou, com relação à alegação do Representante quanto à aplicação da Lei n. 12.232/10, que o serviço a ser contratado não se amolda ao conceito de serviços de publicidade definido pelo art. 2º dessa Lei, o que, consequentemente, afasta sua aplicação.

Verifica-se que a contratação visa exclusivamente a contratação de veículo de comunicação para a divulgação de conteúdo a ser fornecido pelo Poder Público, sem qualquer intermediação de agências de propaganda, conforme se depreende do item 4 do Edital.

Dessa forma, não se trata do formato de contratação de serviço de publicidade que atrai a aplicação das regras definidas na Lei n. 12.232/10, assim como já decidido por este Tribunal nas Decisões n. 66/2016 e n. 205/2017, nos autos dos Processos n. REP-15/00538865 e REP-15/00541300, respectivamente.

Neste caso, a Administração Pública pode contratar mediante:

a. Modalidades de Licitação Previstas na Lei nº 14.133/2021

Pregão: modalidade de licitação obrigatória para aquisição de bens e serviços comuns, cujo critério de julgamento poderá ser o de menor preço ou o de maior desconto; (Artigo 6º, XLI da Lei 14.133/2021)

Concorrência: modalidade de licitação para contratação de bens e serviços especiais e de obras e serviços comuns e especiais de engenharia, (**Artigo 6º, XXXVIII da Lei 14.133/2021**)

Possibilidade de incluir características específicas e próprias dos serviços para fins de escolha do veículo de divulgação, mediante justificativa e desde que não viole o disposto no artigo 9ª da lei de licitações:

Art. 9º É vedado ao agente público designado para atuar na área de licitações e contratos, ressalvados os casos previstos em lei:

I - admitir, prever, incluir ou tolerar, nos atos que praticar, situações que:
a) comprometam, restrinjam ou frustrem o caráter competitivo do processo licitatório, inclusive nos casos de participação de sociedades cooperativas;

b) estabeleçam preferências ou distinções em razão da naturalidade, da sede ou do domicílio dos licitantes;

c) sejam impertinentes ou irrelevantes para o objeto específico do contrato;

II - estabelecer tratamento diferenciado de natureza comercial, legal, trabalhista, previdenciária ou qualquer outra entre empresas brasileiras e estrangeiras, inclusive no que se refere a moeda, modalidade e local de pagamento, mesmo quando envolvido financiamento de agência internacional;

III - opor resistência injustificada ao andamento dos processos e, indevidamente, retardar ou deixar de praticar ato de ofício, ou praticá-lo contra disposição expressa em lei.



Credenciamento

Credenciamento: processo administrativo de chamamento público em que a Administração Pública convoca interessados em prestar serviços ou fornecer bens para que, preenchidos os requisitos necessários, se credenciem no órgão ou na entidade para executar o objeto quando convocados; (**Artigo 6º, XLIII da Lei 14.133/2021**)

Dispensa De Licitação

Dispensa de Licitação: para contratação que envolva valores inferiores a R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), no caso de outros serviços e compras; (**Artigo 75, II, da Lei 14.133/2021**)

Deve ser obedecido o limite legal previsto no Art. 75, II, da Lei 14.133/21, cujo valor é atualizado por Decreto. O valor vigente é R\$ 62.725,59.

Ressalta-se que o valor é para todo o exercício financeiro e para despesas de mesma natureza.

As contratações serão preferencialmente precedidas de divulgação de aviso em sítio eletrônico oficial, pelo prazo mínimo de 3 (três) dias úteis.

2. POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

A Administração Pública pode contratar emissoras de rádio e TV para veicular mídia por intermédio de agência de publicidade, através de licitação sob o rito da Lei 12.232/2010.

Essa contratação ocorre para serviços de publicidade que envolvam o conjunto de atividades integradas que envolvem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos.



Orientações para a contratação de emissoras de rádio e TV pelo órgão público



PARECER ELABORADO PELO ESCRITÓRIO RAULINO BRÜNING ADVOGADOS ASSOCIADOS

EM RESPOSTA À CONSULTA FORMULADA PELA ASSOCIAÇÃO CATARINENSE DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO - ACAERT, VAZADA NOS SEGUINTE TERMOS:

Frente à atual legislação, pergunta-se:

1. É obrigatória por parte da Administração Pública a contratação de Agências de Propaganda para a produção de conteúdos publicitários?
2. Os Estados e Municípios têm competência legislativa em matéria de licitações e contratos?
3. Quais os instrumentos lícitos de contratação direta para os serviços de publicidade?
4. Em quais situações a Administração pode contratar serviços de publicidade via credenciamento e se há limites de gastos?

I. Introdução

Os governos democráticos costumam ser transparentes: informam quanto dinheiro o Estado arrecadou e onde está sendo gasto; orientam a população em casos de desastres naturais e epidemias; avisam os usuários em casos de interrupções de serviços públicos; divulgam seus programas, objetivos e metas e, não vamos esquecer, devem prestar contas permanentemente ao povo, pois *“todo o poder emana do povo...”* (art. 1º da Constituição Federal).

No seu art. 37 § 1º, a Constituição fixa os limites ético-legais da publicidade: *“A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.”*

II. A Obrigatoriedade da Licitação é Regra

A necessidade de licitação é expressa no inciso XXI do artigo 37 da CRFB: *“Ressalvados os casos especificados na legislação, as obras, serviços, compras e alienações serão contratados mediante processo de licitação pública que assegure igualdade de condições a todos os concorrentes, com cláusulas que estabeleçam obrigações de pagamento, mantidas as condições efetivas da proposta, nos termos da lei, o qual somente permitirá as exigências de qualificação técnica e econômica indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações.”*

Como se vê, é obrigatório o processo licitatório como regra, a exceção é a contratação direta. O texto constitucional ainda impõe igualdade de condições aos concorrentes, termos objetivos da proposta, garantia do cumprimento das obrigações, etc.

O núcleo normativo da Lei Maior é complementado por diversos diplomas infraconstitucionais, sendo o principal deles a Lei nº 14.133/21, que revogou a antiga Lei das Licitações e Contratos, nº 8.666/93.

Especificamente, sobre a contratação de serviços de publicidade, sobressai-se a Lei nº 12.232/10, cujo art. 1º *caput* dispõe: *“Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.”*

Esta publicidade deve ser contínua e a mais ampla possível, de modo a atingir, além das cidades, as áreas rurais e os campos. Afinal, todos têm direito a estas informações. Marçal Justen Filho (Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração — pág. 89, edição 2020) prega que: *“Ao promover práticas na área de publicidade, o Estado não atua orientado a conquistar uma fatia do mercado. Não se trata de promover produtos ou serviços em face de potenciais competidores. A atuação estatal é necessariamente orientada a realizar os valores mais relevantes da*



organização social e a promover a dignidade humana. Envolve a satisfação de necessidades essenciais, que se configuram como comuns ao conjunto dos integrantes da Nação.”

III. Repartição Constitucional das Competências Legislativas

Estabelece o art. 22 inciso XXVII da Constituição Federal que compete privativamente à União legislar sobre: *“Normas gerais de licitação e contratação, em todas as modalidades, para as administrações públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, obedecido o disposto no art. 37, XXI, e para as empresas públicas e sociedades de economia mista, nos termos do art. 173, § 1º, III;”*

A repartição destas funções é bem clara: A União edita somente normas gerais enquanto os Estados podem elaborar as normas legais suplementares, conforme art. 24

§ 2º da CRFB: *“A competência da União para legislar sobre normas gerais não exclui a competência suplementar dos Estados.”*

Já, o art. 30 inciso II da Constituição, confere em menor espectro a mesma atribuição aos Municípios, conferindo-lhes competência para: *“Suplementar a legislação federal e a estadual no que couber;”*. Marçal Justen Filho (op. cit. – pág. 63) sustenta que: *“A competência legislativa da União para editar normas gerais sobre licitação e contratação administrativa implica a existência de competência legislativa concorrente dos Estados, tendo por objeto as normas não gerais.”*

Mas atenção: somente por lei estadual ou municipal pode-se suplementar a legislação federal. Outro diploma legal não pode suplementar as leis federais. Os Estados e Municípios, como entes federados autônomos (art. 18 CF) podem suplementar as normas genéricas mais centralizadas, suprimindo omissões e lacunas, atendendo situações ou peculiaridades regionais/locais e mesmo disciplinando matéria deficientemente tratada nos textos legais centralizados. Leciona Marçal Justen Filho (op. cit. – pág.

65): *“Justamente por isso, a edição da Lei nº 12.232 não significa a revogação das leis que veiculam normas gerais genéricas. Todas as normas – tanto as genéricas quanto as específicas – coexistem de modo harmônico, eis que disciplinam campos distintos.”*

Além disto, os governadores e prefeitos municipais podem editar decretos regulamentadores da legislação ora focalizada, fazendo uso do poder regulamentar conferido pela Constituição aos Chefes de Poder Executivo (CF, art. 84, IV) aplicáveis por simetria aos Chefes dos Executivos locais.

Em outras palavras, exige-se lei municipal para suplementar a legislação federal e estadual, enquanto o decreto do prefeito local pode regulamentar a lei municipal.

Como os dois Poderes municipais têm autonomia administrativa e financeira, cada um é livre para a contratação de publicidade dos seus atos. O Legislativo municipal não necessita de autorização do Executivo para empenhar e pagar suas despesas.

IV. Modalidades de Licitação Previstas na Lei

Como era de se esperar, a Lei das Licitações é deveras minuciosa e impõe prudência ao Administrador. O art. 28 indica cinco modalidades de licitação, sem margem para mais ou para menos, a saber:

São modalidades de licitação:

I - pregão;

II - concorrência;

III - concurso;

IV - leilão;

V - diálogo competitivo.



§ 1º Além das modalidades referidas no caput deste artigo, a Administração pode servir-se dos procedimentos auxiliares previstos no art. 78 desta Lei.

§ 2º É vedada a criação de outras modalidades de licitação ou, ainda, a combinação daquelas referidas no caput deste artigo.

Cabe registrar que o pregão possui preferência sobre os demais (art. 29), mas ainda assim se submete ao processo licitatório comum do art. 17, isto é, exige licitação. Ou seja, mesmo com os benefícios do § 1º do art. 29, segundo o qual a habilitação dos interessados pode anteceder a apresentação de propostas e julgamento, o pregão não encerra nenhuma contratação direta, simplificada e desburocratizada.

V. A Contratação Direta na Lei nº 14.133/21

Com o título: “Da Contratação Direta”, isto é, sem licitação, esta lei disciplina a inexigibilidade e a dispensa (arts. 72 a 75), ambas tidas como exceção à regra da obrigatoriedade.

Já, o texto do art. 74 da nova lei, diz que não é exigida licitação quando inviável a competição. O art. 75 considera a dispensa em cinco situações, sendo a do inciso II a que ora nos interessa, por ser de pequeno valor a contratação, hoje próximo a R\$ 69.000,00.

Por sua importância para este parecer, convém voltar ao art. 74, a fim de realçar que, um dos casos expressamente considerado inexigível na Lei, é quando o serviço deve ou pode ser contratado por meio de credenciamento.

Dimas Ramalho, Conselheiro-corregedor do TCE-SP, em artigo publicado no site Jota (<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/inexigibilidade-de-licitacao-um-instrumento-de-gestao-sob-o-olhar-do-controle>), diz que “... a inexigibilidade de licitação é, assim, um instrumento de gestão indispensável. Rechaçá-la seria engessar a Administração

Pública, tornando-a incapaz de responder a demandas específicas e complexas. A Lei 14.133/21 modernizou suas hipóteses e fortaleceu os procedimentos, oferecendo maior segurança jurídica.”

Desde já, fica consignado que as hipóteses de contratação por credenciamento se enquadram no grupo da inexigibilidade de licitação, por ser inviável a competição, na grande maioria dos casos.

VI. Instrumentos Auxiliares das Licitações e das Contratações

Como dito, o art. 28 da nova Lei fornece as modalidades de licitação: pregão, concorrência, concurso, leilão e diálogo competitivo.

A grande novidade está no § 1º: *“Além das modalidades referidas no caput deste artigo, a Administração pode servir-se dos procedimentos auxiliares previstos no art. 78 desta Lei.”*

Art. 78 caput: São procedimentos auxiliares das licitações e das contratações regidas por esta Lei:

- I - credenciamento;
- II - pré-qualificação;
- III - procedimento de manifestação de interesse;
- IV - sistema de registro de preços;
- V - registro cadastral.

O que a Lei chama de *“instrumentos ou procedimentos auxiliares”*, são etapas ou fases antecedentes ou prévias das licitações ou dos contratos, tais como estudos, levantamentos e projetos, seleção prévia, regras necessárias para certos editais, obrigatoriedade do Cadastro Nacional de Contratações Públicas, etc.



Sobre estes institutos, leciona Hely Lopes Meirelles (Direito Administrativo Brasileiro — pág. 328, 45ª edição, 2025): *“Trata-se de mecanismos que visam conferir maior eficiência e eficácia aos processos licitatórios e às contratações da Administração, devendo obedecer a critérios claros e objetivos definidos em regulamento (art. 78, § 1º). Essencialmente, a Administração poderá se valer dos resultados de tais procedimentos para instrumentalizar futuras licitações e contratações, ganhando, sobretudo, tempo.”*

Interessa-nos sobretudo analisar o credenciamento, o que faremos nas páginas adiante.

VII. A Contratação das Agências de Propaganda

Não é atribuição ordinária da atividade administrativa produzir mídias de utilidade pública, diversificadas e frequentemente complexas, que exigem laboratórios, performance artística, logística adequada e assim por diante.

Existe para tal função uma normativa própria, a Lei nº 12.232/10, cujo *caput* do art. 1º dispõe: *“Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.”*

O *caput* do art. 2º esclarece: *“Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.”*

Significa dizer que a Administração deve, de ordinário, contratar com estas agências a produção dos conteúdos, conhecidos como “serviços de publicidade” e também os de comunicação institucional, incluídos pela Lei nº 14.356/22.

Excepcionalmente, o Poder Público está autorizado a produzir mídias por conta própria, quando necessário, urgente e de baixa complexidade, além de outras situações especiais, como exposto a seguir.

VIII. A Produção de Conteúdos Publicitários pela própria Administração

Em respeito aos princípios da eficiência e economicidade contidos na Constituição e na Lei de Licitações (art. 5º), é lícita a produção de certos conteúdos publicitários pelos próprios órgãos e assessorias de imprensa governamentais, notadamente quando de baixa complexidade, urgentes e necessários.

Tal autorização legal abrange a relação com a imprensa e as relações públicas (art. 20-B) e vem expressa no § 3º do art. 20-A da Lei 12.232/10, *verbis*: “A contratação de

serviços de comunicação institucional, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei.”

Isto é, de ordinário deve haver licitação. O § 3º explicitamente abre a exceção: “O disposto no caput não exclui a possibilidade de os serviços descritos no caput e no § 1º deste artigo serem prestados pelos servidores dos respectivos órgãos e entidades da administração pública.”

Como não há licitação, resta tão somente a contratação dos serviços de comunicação institucional com os respectivos veículos – rádios, TVs, jornais – acrescentando-se que a lei não impõe limites de valor.

IX. O Credenciamento, suas Características e Aplicabilidade

A legislação anterior à atual Lei das Licitações não mencionava o credenciamento em seus textos, sendo aceita, contudo, pela doutrina e jurisprudência, sobretudo dos Tribunais de Contas.



A vigente Lei nº 14.133/21 traz seu conceito no art. 6º, inciso XLIII: “credenciamento: processo administrativo de chamamento público em que a Administração Pública convoca interessados em prestar serviços ou fornecer bens para que, preenchidos os requisitos necessários, se credenciem no órgão ou na entidade para executar o objeto quando convocados;”

O art. 79 do mesmo diploma normatiza o instituto:

O credenciamento poderá ser usado nas seguintes hipóteses de contratação:

I - paralela e não excludente: caso em que é viável e vantajosa para a Administração a realização de contratações simultâneas em condições padronizadas;

II - com seleção a critério de terceiros: caso em que a seleção do contratado está a cargo do beneficiário direto da prestação;

III - em mercados fluidos: caso em que a flutuação constante do valor da prestação e das condições de contratação inviabiliza a seleção de agente por meio de processo de licitação.

Parágrafo único. Os procedimentos de credenciamento serão definidos em regulamento, observadas as seguintes regras:

I - a Administração deverá divulgar e manter à disposição do público, em sítio eletrônico oficial, edital de chamamento de interessados, de modo a permitir o cadastramento permanente de novos interessados;

II - na hipótese do inciso I do caput deste artigo, quando o objeto não permitir a contratação imediata e simultânea de todos os credenciados, deverão ser adotados critérios objetivos de distribuição da demanda;

Orientações para a contratação de emissoras de rádio e TV pelo órgão público

III - o edital de chamamento de interessados deverá prever as condições padronizadas de contratação e, nas hipóteses dos incisos I e II do caput deste artigo, deverá definir o valor da contratação;

IV - na hipótese do inciso III do caput deste artigo, a Administração deverá registrar as cotações de mercado vigentes no momento da contratação;

V - não será permitido o cometimento a terceiros do objeto contratado sem autorização expressa da Administração;

VI - será admitida a denúncia por qualquer das partes nos prazos fixados no edital.

Se o valor da contratação é ditado com antecedência pela Administração, não haverá competição, o que justifica a inexigibilidade de licitação (inc. III).

Leciona Hely Lopes Meirelles (*op. cit.* – pág. 296): “Objetos contratados por meio de credenciamento: Credenciamento é um dos procedimentos auxiliares das licitações e das contratações regidas pela Lei 14.133/21, sendo definido por seu art. 6º, XLIII, como ‘processo administrativo de chamamento público em que a Administração Pública convoca interessados em prestar serviços ou fornecem bens para que, preenchidos os requisitos necessários, se credenciem no órgão ou na entidade para executar o objeto quando convocados’. Bem por isso, o credenciamento não se confunde com o contrato administrativo, sendo aquele ato unilateral administrativo prévio ao enlace a ser deferido no caso da Administração reconhecer que o interessado preenche os requisitos exigidos.”

Em seu artigo “Inexigibilidade de licitação, um instrumento de gestão sob o olhar do controle”, escreve Dimas: “... o credenciamento é a solução ideal nos casos em que a Administração não pretende escolher o melhor fornecedor, mas, sim, contratar todos aqueles que atendam a determinados critérios, formando uma rede de prestadores à disposição da população. O exemplo clás-



sico são os serviços de saúde, em que clínicas e laboratórios são credenciados para atender os beneficiários de um plano. A competição, nesse modelo, não é eliminada; ela é transferida para o cidadão, que escolhe, entre os habilitados, o prestador que melhor lhe convém.”

Um dos casos de inexigibilidade contidos no art. nº 74, inc. IV da Lei em vigor é quando a contratação envolve: “*objetos que devam ou possam ser contratados por meio de credenciamento;*”. Fica clara a permissão do legislador para as contratações diretas, sem licitação, ainda mais que o Decreto Federal nº 11.878/24, regulamentador, ampliou seu uso, a saber: art. 2º:

Para fins do disposto neste Decreto, considera-se:

I - credenciamento - processo administrativo de chamamento público em que o órgão ou a entidade credenciante convoca, por meio de edital, interessados em prestar serviços ou fornecer bens para que, preenchidos os requisitos necessários, se credenciem no órgão ou na entidade para executar o objeto quando convocados;

II - credenciado - fornecedor ou prestador de serviço que atende às exigências do edital de credenciamento, apto a ser convocado, quando necessário, para a execução do objeto;

III - credenciante - órgão ou entidade da administração pública federal responsável pelo procedimento de credenciamento;

IV - edital de credenciamento - instrumento convocatório que divulga a intenção de compra de bens ou de contratação de serviços e estabelece critérios para futuras contratações; e

V - Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF - ferramenta informatizada, integrante do Sistema de Compras do Governo Federal - Compras.gov.br, disponibilizada pelo Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos,

Orientações para a contratação de emissoras de rádio e TV pelo órgão público

para cadastramento dos licitantes ou fornecedores de procedimentos de contratação pública promovidos pelos órgãos e pelas entidades da administração pública federal direta, autárquica e fundacional.

Rege o Art. 5º do Regulamento:

O credenciamento ficará permanentemente aberto durante a vigência do edital e será realizado por meio do Compras.gov.br, observadas as seguintes fases:

- I - preparatória;
- II - de divulgação do edital de credenciamento;
- III - de registro do requerimento de participação;
- IV - de habilitação;
- V - recursal; e
- VI - de divulgação da lista de credenciados.

§ 1º Para acesso ao Compras.gov.br e operacionalização do credenciamento, serão observados os procedimentos estabelecidos pelo Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos.

§ 2º Os órgãos e as entidades interessados em utilizar o Compras.gov.br que não integrem a administração pública federal direta, autárquica e fundacional formalizarão termo de acesso, conforme procedimento próprio.

Dimas Carvalho ressalta que “...o artigo 72 da nova lei oferece um verdadeiro roteiro para o gestor: a instrução processual deve conter a justificativa da



necessidade, a razão da escolha daquele contratado específico e, ponto crucial para o controle externo, a justificativa do preço. A comprovação de que o valor pago é compatível com o de mercado é o que diferencia uma contratação legítima de uma suspeita de sobrepreço.”

O art. 6º obriga a Administração a motivar durante a fase preparatória a escolha da contratação por credenciamento que, diga-se de passagem, não se submete a limite de gastos. Dispõe o art. 19 do Decreto:

Art. 19. Após divulgação da lista de credenciados, o órgão ou a entidade poderá convocar o credenciado para assinatura do instrumento contratual, emissão de nota de empenho de despesa, autorização de compra ou outro instrumento hábil, conforme disposto no art. 95 da Lei nº 14.133, de 2021.

§ 1º A administração poderá convocar o credenciado durante todo o prazo de validade do credenciamento para assinar o contrato ou outro instrumento equivalente, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, e no edital de credenciamento.

§ 2º O prazo para assinatura do instrumento contratual pelo credenciado, após convocação pela administração, será estabelecido em edital.

§ 3º O prazo de que trata o § 2º poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, mediante solicitação, devidamente justificada, do credenciado durante o seu transcurso, desde que o motivo apresentado seja aceito pela administração.

§ 4º Previamente à emissão de nota de empenho e à contratação, a administração deverá realizar consulta ao SICAF para identificar possível impedimento de licitar e contratar.”

Quanto à duração dos contratos, dispõe o *caput* do Art. 20: *“A vigência dos contratos decorrentes do credenciamento será estabelecida no edital, observado o disposto no art. 105 da Lei nº 14.133, de 2021.”*

Outra notícia animadora é que a autonomia dos Estados e Municípios foi preservada, pois, o art. nº 187 da atual Lei estabelece que: *“Os Estados, o Distrito Federal e os Municípios poderão aplicar os regulamentos editados pela União para execução desta Lei.”* Ou seja, estes entes federados podem optar por servir-se do regulamento federal ou editar seus próprios.

Não vemos, pois, óbice a que os Estados e Municípios suplementem as leis federais e, além disto, o Chefe do Poder Executivo edite decretos regulamentadores para os Poderes Executivo e Legislativo municipais.

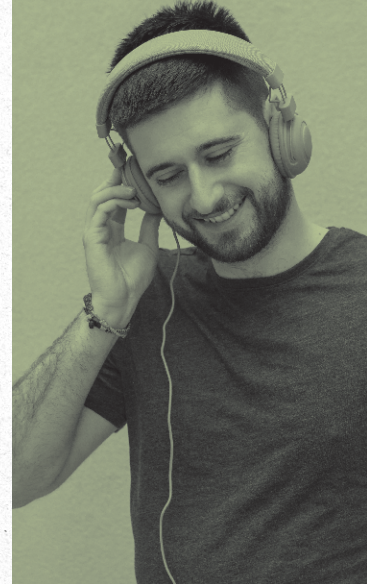
X. Conclusões

As perguntas de números “1” e “2” têm suas respostas no próprio corpo deste PARECER.

Sobre as últimas duas vislumbramos pelo menos três hipóteses lícitas de contratação direta entre a Administração e os veículos de comunicação, como segue:

- a) Ao tratar da Divulgação do Edital de Licitação, o art. 54 § 2º da Lei 14.133/21 estabelece: *“É facultada a divulgação adicional e a manutenção do inteiro teor do edital e de seus anexos em sítio eletrônico oficial do ente federativo do órgão ou entidade responsável pela licitação ou, no caso de consórcio público, do ente de maior nível entre eles, admitida, ainda, a divulgação direta a interessados devidamente cadastrados para esse fim.”*

Versa este dispositivo sobre as licitações em geral, direcionadas aos veículos de comunicação previamente cadastrados para fins de divulgação. Trata-se de procedimento singelo, a partir de chamada dos interessados para se cadastrarem e mais à frente divulgarem os conteúdos repassados pela Administração.



Não se vislumbra imposição de limites de gastos.

- b) Conforme acima exposto, a contratação de objetos (leia-se obras e serviços) de pequeno valor, enquadrados como caso de dispensa (art. 75), tem como teto atual o valor aproximado de R\$ 69.000,00.

Praticamente nenhuma inovação trouxe a nova lei, pois o instituto já era de largo uso na Lei nº 8.666/93.

- c) O Credenciamento é em verdade o mais relevante instrumento de contratação direta à disposição da Administração (inclusive da Prefeitura e da Câmara de Vereadores), nos termos e condições expostos anteriormente. A fim de evitar repetição, solicitamos aos ilustres leitores, por gentileza, retornarem ao cap. IX.

Ao tempo em que agradecemos a confiança que nos foi depositada, é este o PARECER que submetemos à elevada consideração da Consulente.

Florianópolis, outubro de 2025.

Raulino Jacó Brüning
OAB/SC 73.410

Orientações para a contratação de emissoras de rádio e TV pelo órgão público



Fundada em 22 de novembro de 1980, a Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão (ACAERT) atua de forma ativa e estratégica na valorização, profissionalização e fortalecimento do setor de radiodifusão em Santa Catarina.

A entidade representa legitimamente o segmento junto aos poderes públicos, instituições e à sociedade, defendendo os interesses das emissoras e promovendo o crescimento sustentável do meio. Em sintonia com as ações da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), a ACAERT participa de pautas nacionais relevantes, como o combate às rádios ilegais, a defesa da liberdade de expressão e a regulamentação do setor.

● DIRETORIA ACAERT – 2023/2025

Presidente
FABIO BIGOLIN
Rádio Clube – São Domingos

Vice-Presidente Administrativo
MÁRIO DA SILVA NEVES
NSC Comunicação

Vice-Presidente Relações Governo e Mercado
HUMBERTO OHF DE ANDRADE
Grupo GCD – Rio do Sul

Vice-Presidente Finanças
FÁBIO LOPES DE LIMA
Rádio Tropical FM – Treze Tílias

Vice-Presidente Técnicas e Normas
RODRIGO NARDINO
Rádios Continental | Band FM – Coronel Freitas | Chapecó

Vice-Presidente Eventos Marketing e Social
CARLOS AMARAL
Grupo SCC

Vice-Presidente Jurídico e Ético
ALBERTINO ZAMARCO
Grupo ND

Vice-Presidente Inovação e Competitividade
ROBERTO DIMAS DO AMARAL
Grupo SCC

Vice-Presidente Capacitação e Integração
CAROLINA GUIDI
Rádio Massa FM – Criciúma

Vice-Presidente Regional 1 – Grande Florianópolis
VIDAL LOHN FILHO
Rádio Magia FM – São José

Vice-Presidente Adjunto Regional 1
ADRIANO ARAIDI
NSC Comunicação

Vice-Presidente Regional 2 – Sul
VANDERLEI PERETTI
Rádios Jovem Pan | Massa FM – Tubarão

Vice-Presidente Adjunto Regional 2
RICARDO STOPASSOLI
Rádio Araranguá FM – Araranguá

Vice-Presidente Regional 3 – Vale do Itajaí
EVELÁSIO VIEIRA NETO
Rádios Clube | Jovem Pan – Blumenau

Vice-Presidente Adjunto Regional 3
ALDO FACHINELLO
Rádio Cidade FM – Brusque

Vice-Presidente Regional 4 – Norte
ANA PAULA MELO
Rádios Jovem Pan | Band FM – Joinville

Vice-Presidente Adjunto Regional 4
JAILSON ANGELI
Rádios 105 | Supernova | Jaraguá – Jaraguá do Sul

Vice-Presidente Regional 5 – Meio-Oeste
NELIEGE PAGNUSSAT SOUZA
Rádios Fraiburgo | Alvorada – Fraiburgo | Santa Cecília

Vice-Presidente Adjunta Regional 5

MARILENE CAREGNATO

Grupo RBV - Caçador

Vice-Presidente Regional 6 - Oeste

ELISANGELA OESTREICH SCHAFFAZICK

Rádio Itacema - Cunha Porã

Vice-Presidente Adjunto Regional 6

CLAUDIO SACCOL

Rádio Fronteira - Dionísio Cerqueira

Vice-Presidente Regional 7 - Planalto Norte

RUMILDO MATOS DE LIMA

Rádio Vitrine - Rio Negrinho

Vice-Presidente Adjunto Regional 7

GERSON COAS

Rádios Antena 1 | Colmeia - Porto União

Vice-Presidente Regional 8 - Planalto Serrano

MARCELO PEREIRA

Rádios Difusora | Nevasca - São Joaquim

Vice-Presidente Adjunto Regional 8

PAULO BAGGIO

Rádio FM 101 - Lages

- **CONSELHO CONSULTIVO**

COMENDADOR ALFREDO LANG

Grupo Condá de Comunicação - Chapecó

ANA CHRISTINA MACIEL

Rádio Sintonia - Ituporanga

DAREL D'AVILA DIAS

Rádio Cidade - Itapema

FABIANNE BRANDALISE

Grupo RBV Rádios - Videira

JOSELDE CANDIDO CUBAS

Rádio Clube - Canoinhas

COMENDADORA MARIA ROSSI

Rádio Cultura - Campos Novos

NELSON PAULO DOS SANTOS

Rádios Antena 100 | Band | Catarinense - Joaçaba

NEREU LOPES DE LIMA

Rádio Tropical FM - Treze Tilias

ODETE MARASCHIN

Rádio Integração - São José do Cedro

THAYNI LIBRELATO

Rádio Guarujá FM - Orleans

- **CONSELHO FISCAL**

CELESTE ROGÉRIO BASQUEROTE

Rádios Clube | Massa | Gralha Azul - Lages

ELÍDIO ULIANO

Rádio Hiperativa FM - Braço do Norte

SALETE GIORDANI

Rádio Alternativa - Faxinal dos Guedes

CONSELHO FISCAL SUPLENTE

ALISSON KUFKI

Rede Vale Norte de Comunicação - Ibirama

THIAGO LIBRELATO

Rádio Cruz de Malta - Lauro Müller

RODRIGO BONATO

Rádios Jovem Pan FM | Líder FM - Joaçaba | Herval D'Oeste

- **EQUIPE**

Guido Schvartzman

Diretor Executivo

Liza Rocha

Diretora Comercial

Flávia Soares Silva

Coordenadora Administrativo-financeiro

Melina Cauduro

Coordenadora de Conteúdo

Marco Aurélio Gomes

Coordenador de Comunicação Institucional e Projetos Especiais

Andrea Juttel

Coordenadora Comercial

Patrick Kiel

Supervisor Técnico

Camila Silva

Supervisora Checkin

Av. Engenheiro Max de Souza, 906

Max Tower Business Center - 1º Andar

Coqueiros - Florianópolis/SC - CEP 88080-000

www.acaert.com.br - (48) 3212-9600



facebook.com/acaertoficial



instagram.com/acaertoficial



twitter.com/acaert



linkedin.com/company/acaert



youtube.com/channel/UCgy0Z4zCOMJua6ibVZxiW-A

Av. Engenheiro Max de Souza, 906
Max Tower Business Center - 1º Andar
Coqueiros - Florianópolis/SC - CEP 88080-000
www.acaert.com.br - (48) 3212-9600