



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA**

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DO EGRÉGIO TRIBUNAL DE
CONTAS DO DISTRITO FEDERAL**

Representação nº 14/2016–DA

O Ministério Público de Contas, no desempenho de sua missão institucional de defender a ordem jurídica, o regime democrático, a guarda da Lei e fiscalizar sua execução, fundamentado no texto do artigo 85 da Lei Orgânica do Distrito Federal - LODF; dos artigos 1º, inciso XIV e § 3º, e 76 da Lei Complementar nº. 1/94 - LOTCDF; e do artigo 99, inciso I, da Resolução nº. 38/90 - RI/TCDF, vem oferecer a seguinte

REPRESENTAÇÃO

para que o Tribunal de Contas do Distrito Federal examine os fatos a seguir descritos:



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA**

I – DOS FATOS

O Ministério Público de Contas, por meio do **Ofício n.º 1.167/2016–PGJ/MPDFT**, de 23.06.2016, tomou conhecimento do **Ofício n.º 611/2016–5ª PRODEP/MPDFT**, que encaminhou cópia integral do **Inquérito Civil Público n.º 08190.084512/2013-49**, instaurado para examinar denúncia acerca de “(...) *suposta irregularidade no recebimento de verbas públicas em rádios comunitárias do Distrito Federal*”, ocorrida no decorrer do exercício de 2011, acompanhado de mídia digital contendo áudios das ações publicitárias que teriam sido indevidamente financiadas pela Secretaria de Estado de Publicidade Institucional do Distrito Federal – SEPI/DF.

A SEPI/DF, por meio do **Ofício n.º 60/2012–GAB/SEPI**, em resposta ao **Ofício n.º 803/2012–PGJ/MPDFT**, da lavra do MPDFT, que solicitou informações acerca do fato denunciado, informa que “(...) *as rádios comunitárias contratadas pelas agências de publicidade que prestaram serviços a esta SEPI, por meio dos contratos n.ºs 01, 02 e 03/2008, veicularam propagandas institucionais e de utilidade pública do Governo do Distrito Federal durante o ano de 2011 e primeiro semestre de 2012. São elas:*

- *Alternativa Popular – Sobradinho I e II, condomínios da região, Setor de Mansões e Mini Chácaras;*
- *Ativa FM – Samambaia Sul/Norte;*
- *Atual FM – Gama e Chácaras São Francisco;*
- *Clube FM – Ceilândia;*
- *Comunidade FM – Ceilândia;*
- *Comunidade FM – Gama;*
- *Fercal FM – Sobradinho;*
- *Fibra FM – Associação CNI/SESI;*
- *Gazeta – Santa Maria;*
- *Gazeta FM – Santa Maria/Gama;*
- *Líder FM – Recanto das Emas;*
- *Livre FM – Núcleo Bandeirante e Candangolândia;*
- *Ondas da Benção – Taguatinga, Águas Claras;*
- *Paranoá FM – Paranoá;*
- *Popular FM – Samambaia.*” (fls. 59/60).

Ainda em atenção à nova solicitação do MPDFT, a SEPI/DF encaminhou cópia do **Contrato de Prestação de Serviços n.º 01/2008** (fls. 106/130), celebrado com a empresa **AV Comunicação e Marketing Ltda.**, e respectivos Termos Aditivos (fls. 131/164); do **Contrato de Prestação de Serviços n.º 02/2008** (fls. 165/188), celebrado com a empresa **Agnelo Pacheco Criação e Propaganda Ltda.**, e respectivos Termos Aditivos (fls. 189/223); e do **Contrato de Prestação de Serviços n.º 03/2008** (fls. 225/249), celebrado com a empresa **Dupla Criação, Comunicação & Marketing Ltda.**, e respectivos Termos Aditivos (fls. 250/285).



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA**

Os contratos em questão foram oriundos da **Concorrência n.º 001/2007–CEL/AGECOM** (Processo n.º 019.000.644/2007), nos valores individuais de **R\$ 70.681.495,00** (setenta milhões, seiscentos e oitenta e um mil e quatrocentos e noventa e cinco reais), totalizando **R\$ 212.044.485,00** (duzentos e doze milhões, quarenta e quatro mil e quatrocentos e oitenta e cinco reais), com vigência até **31.12.2008**, sendo que os ajustes foram sucessivamente aditivados, prorrogando suas vigências até **31.08.2012** ou até a formalização dos novos contratos de serviços de publicidade decorrentes da **Concorrência n.º 001/2011–SEPI** (Processo n.º 019.000.029/2011).

De acordo com a SEPI/DF (fls. 91/92), as agências responsáveis pela veiculação de publicidade e propaganda do Governo do Distrito Federal contratadas nos citados ajustes poderão, contratualmente, nos termos da **Cláusula 2.2 do Quinto Termo Aditivo ao Contrato de Prestação de Serviços n.º 01/2008** (fl. 141) e da **Cláusula 2.2 dos Sextos Termos Aditivos aos Contratos de Prestação de Serviços n.º 02/2008 e n.º 03/2008** (fls. 201 e 263, respectivamente)¹ “(...) *contratar fornecedores de bens e serviços especializados, veículos e demais meios de divulgação para transmissão de mensagem publicitária do Governo*” (fl. 91).

Oportuno registrar, contudo, que tal divulgação não pode ser prestada pelas rádios comunitárias, porque as fundações e associações que receberam outorga para a prestação de serviços de radiodifusão comunitária somente podem transmitir patrocínios ou mensagens publicitárias sob a forma de apoio cultural, veiculação restrita aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida pela rádio comunitária.

Em consulta ao sítio eletrônico do Ministério das Comunicações², verifica-se que “(...) ***é vedado às rádios comunitárias veicular qualquer tipo de defesa de doutrinas, ideias ou sistemas sectários; e inserir propaganda comercial, a não ser sob a forma de apoio cultural, de estabelecimentos localizados na sua área de cobertura.*** (...) ***Entende-se por apoio cultural o pagamento dos custos relativos à transmissão da programação ou de um programa específico, sendo permitida, por parte da emissora que recebe o apoio, apenas veicular mensagens institucionais da entidade apoiadora, sem qualquer menção aos seus produtos ou serviços***” (grifei).

Vejamos o que diz a legislação pertinente à matéria.

A Lei n.º 9.612/98, que instituiu o Serviço de Radiodifusão Comunitária, estabelece, em seu artigo 1º, que o referido serviço é “(...) ***outorgado a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço***” (grifei), prevendo os artigos 3º e 4º que:

“Art. 3º O Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a:

¹ “Cláusula 2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de bens e serviços especializados para a execução de atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias”.

² <<http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/redes-digitais-da-cidadania/170-sem-categoria/22023-radio-comunitaria>>



MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA

I - dar oportunidade à difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;

II - oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;

III - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;

IV - contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;

V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

Art. 4º As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária atenderão, em sua programação, aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;

II - promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;

III - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;

IV - não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.

§ 1º É vedado o proselitismo³ de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.

§ 2º As programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião e de versão simultâneas em matérias polêmicas, divulgando, sempre, as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.

§ 3º Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar ideias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à Direção responsável pela Rádio Comunitária” (Grifei).

O artigo 11 do citado diploma legal estabelece que:

“Art. 11. A entidade detentora de autorização para execução do Serviço de Radiodifusão Comunitária não poderá estabelecer ou manter vínculos que a subordinem ou a sujeitem à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais” (Grifei).

³ **Proselitismo:** Tentativa persistente de persuadir ou convencer outras pessoas a aceitar suas crenças, em geral relativas à religião ou à política (Dicionário Michaelis).



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA**

E mais, diz o artigo 18 que:

“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” (Grifei).

Por sua vez, o Decreto n.º 2.615/98, que aprovou o Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária, estabelece, em seu artigo 40, as vedações impostas ao aludido serviço, cujo descumprimento enseja a aplicação de multa, senão vejamos:

“Art. 40. São puníveis com multa as seguintes infrações na operação das emissoras do RadCom:

Omissis

VI - estabelecimento ou manutenção de vínculos que subordinem a entidade ou a sujeitem à gerência, à administração, ao domínio, ao comando ou à orientação de qualquer outra entidade, mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais;

Omissis

XV - transmissão de propaganda ou publicidade comercial a qualquer título;

XVI - desvirtuamento das finalidades do RadCom e dos princípios fundamentais da programação; (...)” (Grifei).

Ante a necessidade de complementar as disposições relativas ao Serviço de Radiodifusão Comunitária, o Ministério da Comunicação editou a Norma n.º 1/2011, reforçando os princípios e objetivos definidos para os serviços em comento, nos seguintes termos:

“ NORMA Nº 1/2011 - SERVIÇO DE RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA

Omissis

3. DEFINIÇÕES

3.1. Apoio cultural - É a forma de patrocínio limitada à divulgação de mensagens institucionais para pagamento dos custos relativos à transmissão da programação ou de um programa específico, em que não podem ser propagados bens, produtos, preços, condições de pagamento, ofertas, vantagens e serviços que, por si só, promovam a pessoa jurídica patrocinadora, sendo permitida a veiculação do nome, endereços físico e eletrônico e telefone do patrocinador situado na área de execução do serviço.

Omissis

21. DAS REGRAS GERAIS PARA A EXECUÇÃO DO SERVIÇO

Omissis

21.6. As executoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir apoio cultural aos seus programas, desde que oferecido por estabelecimentos situados na área de execução do serviço.

Omissis

21.8. É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária (...)” (Grifei).



MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA

Posteriormente, a Portaria n.º 4.334/15, também do Ministério das Comunicações, reafirmou a forma de execução do serviço de rádio comunitária, dispondo que:

CAPÍTULO V
DA EXECUÇÃO DO SERVIÇO

Seção I

Das Regras Gerais para a Execução do Serviço

Art. 101. As entidades não poderão estabelecer ou manter, inclusive por meio de seus dirigentes, qualquer espécie de vínculo.

Parágrafo único. O Ministério das Comunicações manterá atualizado em seu sítio eletrônico rol exemplificativo de quais são os fatos e características que configuram vínculo (art. 11, Lei nº. 9.612, de 1998).

Art. 102. É vedada qualquer espécie de proselitismo, devendo a entidade autorizada prezar pela pluralidade de ideias e opiniões por meio da divulgação de diferentes interpretações sobre temas controversos.

Art. 103. Com o intuito de dar cumprimento aos princípios e finalidades dispostos nos artigos 3º e 4º da Lei nº 9.612, de 1998, é recomendável que as entidades autorizadas adotem as seguintes condutas:

I – difundir e estimular a produção de conteúdo local;

II – divulgar eventos culturais, desportivos, de lazer ou quaisquer outros ligados à formação e integração da comunidade;

III – dar preferência a programas que permitam a participação do ouvinte;

IV – noticiar fatos de utilidade pública, como condições do trânsito ou do tempo, informes da defesa civil e do Poder Público;

V – criar programas de estágio e de serviço voluntário, nos termos das Leis 11.788, de 25 de setembro de 2008, e 9.608, de 18 de fevereiro de 1998;

VI – promover debates e palestras acerca de temas de interesse público local;

VII – desenvolver atividades que permitam a integração entre a sociedade local e a entidade autorizada, incentivando a adesão de novos associados;

VIII – informar à comunidade, notadamente durante a sua programação, que a emissora é comunitária; e

IX – informar aos ouvintes do direito que assiste a qualquer cidadão da comunidade beneficiada de emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar ideias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, mediante pedido encaminhado à direção da entidade.

Art. 104. A entidade autorizada deverá estar a serviço da comunidade atendida, sendo vedado que ela se conduza como propriedade privada de uma pessoa ou de um grupo.

Omissis

Art. 106. A entidade autorizada poderá veicular mensagem institucional de patrocinador domiciliado na área de comunidade atendida que colaborar na forma de apoio cultural, vedada a transmissão de propaganda ou publicidade comercial a qualquer título.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA**

Parágrafo único. Para fins do Serviço de Radiodifusão Comunitária, configura propaganda ou publicidade comercial a divulgação de preços e condições de pagamento.” (Grifei).

Como se vê, as rádios comunitárias são emissoras de caráter público, sem fins lucrativos, historicamente criadas e geridas, na maioria dos casos, de forma coletiva, para atender à população de uma comunidade específica, limitada geograficamente. Desempenham importante papel no processo de conscientização e mobilização social sobre questões relativas à vida de segmentos da população empobrecidos e discriminados socialmente, mantendo programação de interesse público local da comunidade em que está inserida, contribuindo, assim, para o desenvolvimento social da localidade a que atende.

Para tanto, as rádios comunitárias fornecem informações e discutem assuntos de interesse local, difundindo a produção cultural criada no contexto dos próprios grupos destinatários de sua programação.

Nesse sentido, inaceitável a veiculação de propagandas comerciais ou institucionais por rádios comunitárias, ficando a divulgação desses serviços afeto às emissoras comerciais, até porque são reguladas por legislação própria, sendo, inclusive, tributadas para a prestação de tais serviços, diferentemente do que ocorre com as rádios das comunidades.

A possibilidade de contratação de rádio comunitária para divulgação de propaganda institucional foi objeto de deliberação do Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais, oportunidade em que aquela eg. Corte decidiu pela “(...) **ilegalidade ou impossibilidade de contratação de rádio comunitária para divulgação de propaganda institucional da Administração Pública**” (grifei) (Consulta TCEMG n.º 805.981. Relator Conselheiro Elmo Braz. 27.02.2013).

Segundo o professor Daniel Barbosa Lima Faria Corrêa de Souza (**in: Propaganda Institucional em Rádios Comunitárias**. Universo Jurídico, Juiz de Fora, ano XI, 16 de jun. de 2009)⁴, a comunicação institucional se divide em quatro espécies:

- a) **Comunicação institucional por força de lei** – “A comunicação institucional por força de lei é aquela que a administração pública utiliza para atingir seus fins ou dar efetividade a seus atos. Ela é feita por meio dos diários oficiais ou do órgão de imprensa utilizado para a divulgação dos atos oficiais. Um exemplo é a publicação de uma lei para que entre em vigor.”
- b) **Comunicação institucional convocatória** – “A comunicação institucional convocatória também tem caráter oficial, sendo um chamado, uma convocação. Um exemplo é a divulgação da abertura de um concurso público ou de uma licitação, a intimação das partes num processo judicial, a convocação dos cidadãos para a eleição. Também é exemplo de comunicação institucional a convocação para vacinas, para matrícula em escola pública ou participação em programas habitacionais.”

⁴ <http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/6337/propaganda_institucional_em_radios_comunitarias>



MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA

- c) **Propaganda institucional ou oficial** – “*A propaganda institucional, também chamada de propaganda oficial, é a propaganda de um ato administrativo, de uma obra, de uma realização da administração. Ela não é obrigatória, como o são a comunicação institucional por força de lei e a convocatória. Assim, a sua ausência não provoca problema para a administração pública. ‘Verbi gratia’, é a veiculação de notícia referente à inauguração de avenida, obra ou praça.*”
- d) **Comunicação institucional educativa** – “*Comunicação institucional educativa é aquela destinada a prestar esclarecimentos à população, nos aspectos de saúde, cidadania, educação, entre outros direitos fundamentais. ‘Exempli gratia’ é a comunicação informadora do adequado uso de preservativos ou de esclarecimentos a respeito da gripe suína.*”

A denúncia trazida ao Órgão Ministerial trata exatamente da veiculação de propaganda institucional do Governo do Distrito Federal. A comunicação institucional deverá sempre se pautar pelo princípio da impessoalidade, em observância ao disposto no artigo 37, §1º, da Constituição Federal, que assim estabelece:

*“Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, **publicidade** e eficiência e, também, ao seguinte: (...)*

*§ 1º - 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.** (...)*” (Grifei).

Por conseguinte, toda e qualquer comunicação institucional deve sempre se pautar pelo caráter educativo, informativo ou de orientação social, escoimada de qualquer promoção pessoal do Administrador ou de sua gestão.

Assim sendo, veicular comunicação institucional em rádios comerciais é permitido, devendo ser observada a regra geral de publicidade governamental, insculpida no artigo 37, §1º da Constituição Federal, configurando eventuais ilicitudes na contratação desses serviços pela Administração Pública ato de improbidade administrativa.

Reitere-se que a Lei Federal n.º 9.612/98 não estabelece, explicitamente, a possibilidade de propaganda nas rádios comunitárias, apenas se referindo à viabilidade de patrocínio, na forma de apoio cultural, o qual consiste na “(...) *divulgação de mensagens institucionais para pagamento dos custos relativos à transmissão da programação ou de um programa específico, em que não podem ser propagados bens, produtos, preços, condições de pagamento, ofertas, vantagens e serviços que, por si só, promovam a pessoa jurídica patrocinadora*”, conforme expressamente definido da Norma n.º 1/2011 do Ministério da Comunicação.

Nesse contexto, no que se refere especificamente à possibilidade de veiculação de comunicação institucional em rádios comunitárias, entendo ser possível o apoio sob a forma de patrocínio, nos termos explicitados na Lei n.º 9.612/98, bem como a comunicação institucional por força de lei, a comunicação institucional convocatória, e a comunicação



MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA

institucional educativa.

Todavia, não se mostra possível veicular propaganda institucional em rádios comunitárias, haja vista a vedação implícita no artigo 18 da Lei Federal n.º 9.612/98.

Portanto, no sentir deste representante ministerial, inaceitável que rádios comunitárias, criadas com a finalidade de oportunizar a difusão de ideias e elementos de cultura, tradições e hábitos sociais de uma determinada localidade, oferecendo à sua comunidade mecanismos de formação e integração, além de propiciar estímulo ao lazer, à cultura e ao convívio social, prestando serviços educativos e de utilidade pública, sejam remuneradas pela divulgação de propaganda institucional ou oficial, uma vez que a veiculação de propaganda de natureza comercial é expressamente proibida na legislação que rege a matéria.

A questão trazida ao Ministério Público de Contas revela que não há apenas afronta aos dispositivos legais citados, mas, sim, a patente incompatibilidade dos fatos apontados pelo MPDFT com os princípios da eficiência, da legalidade, da impessoabilidade e da publicidade, tão caros à Administração Pública.

São fatos relevantes, de interesse público, que merecem ser debatidos na Corte de Contas, de modo a contribuir para melhorar as ações empreendidas pela SEPI/DF e, por consequência, assegurar a legalidade imprescindível à divulgação de propaganda institucional do Governo do Distrito Federal.

Dessa forma, em face das competências constitucionais conferidas ao Tribunal de Contas para fiscalizar os órgãos e entidades da Administração e zelar pela correta aplicação de recursos públicos, preenchidos os pressupostos de admissibilidade indicados no artigo 195 do Regimento Interno do TCDF, o Ministério Público de Contas entende necessária a pronta atuação da Corte de Contas para verificar os fatos ora denunciados.

II – DO PEDIDO

Ante todo o exposto e considerando que o Tribunal é competente para apreciar a questão em comento, uma vez que a ele compete apurar denúncias sobre irregularidade e ilegalidade de atos praticados pela Administração Pública, consoante o disposto no artigo 1º e 76 da Lei Complementar n.º 01/94, bem como zelar pela correta aplicação da Lei e dos recursos públicos, o Ministério Público de Contas requer ao eg. Plenário que:

- I. tome conhecimento da presente representação e determine seu processamento em autos específicos, uma vez que estão presentes os requisitos de admissibilidade estabelecidos no artigo 195 do Regimento Interno do TCDF;
- II. conceda prazo à SEPI/DF para que apresente esclarecimentos a respeito dos fatos narrados;
- III. encaminhe o **Inquérito Civil Público n.º 08190.084512/2013-49** e as



MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL
TERCEIRA PROCURADORIA

mídias digitais que o acompanham à Unidade Técnica competente para promover a instrução de autos próprios para analisar a ocorrência de possíveis irregularidades no recebimento de verbas públicas pelas rádios comunitárias do Distrito Federal para divulgação de propaganda institucional;

- IV. evidenciadas as irregularidades noticiadas nesta Representação, julgue procedente o pedido da exordial para reconhecer a ilegalidade dos procedimentos adotados pela SEPI/DF e determine, por consequência, a apuração de responsabilidade de quem deu causa à contratação e execução irregular de propaganda institucional pelas rádios comunitárias distritais, com a restituição dos recursos gastos ilegalmente por parte das agências de Publicidade e Propaganda.

Brasília, 21 de julho de 2016.

Demóstenes Tres Albuquerque
Procurador