



**SENADO FEDERAL**  
**SECRETARIA-GERAL DA MESA**  
**SECRETARIA DE REGISTRO E REDAÇÃO PARLAMENTAR**

**REUNIÃO**

05/08/2019 - 7ª - Conselho de Comunicação Social

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Bom dia. Havendo número legal, nos termos do art. 6º da Lei nº 8.389, de 1991, declaro aberta a 7ª Reunião, Ordinária, de 2019, do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, que, conforme pauta anteriormente enviada, destina-se a:

I - Leitura do expediente.

II - Ordem do Dia.

Item 1:

Audiência com o Diretor-Presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Alexandre Henrique Graziani Júnior, e com o Diretor-Geral da EBC, Roni Baksys.

Item 2:

Audiência sobre Educação Midiática com o Presidente do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), João Luiz Faria Netto.

Item 3:

Relatório do Conselheiro Murillo de Aragão sobre o PL 4.537, de 2018, que modifica o art. 44, §1º, da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para tornar obrigatórios, em programas eleitorais, debates e quaisquer outras informações a propósito das candidaturas veiculadas na televisão, no período de propaganda eleitoral gratuita, o uso simultâneo da Linguagem Brasileira de Sinais e da legenda.

Item 4:

Relatório da Conselheira Maria José Braga sobre o PL 191, de 2015, que altera a Lei 10.446, de 8 de maio de 2002, para dispor sobre a participação da Polícia Federal na investigação de crimes em que houver omissão ou ineficiência das esferas competentes e de crimes contra a atividade jornalística.

Item 5:

Relatório do Conselheiro Davi Emerich sobre o PL 2.021, de 2015, que condiciona a realização de entrevistas ou exibição de imagens de presos sob custódia do Estado, no interior de delegacias ou estabelecimentos prisionais, à prévia autorização judicial.

Item 6:

Relatório sobre o andamento dos trabalhos do estudo sobre liberdade de imprensa no Brasil, solicitado pela Senadora Eliziane Gama, de autoria da Comissão de Relatoria formada pelos Conselheiros Patrícia Blanco (coordenadora), Davi Emerich, Maria José Braga, Miguel Matos, José Antônio de Jesus da Silva e Juliana Noronha.

Item 7:

Relatório do Conselheiro Fabio Andrade sobre o PLC 79, de 2016, que altera as Leis nºs 9.472, de 16 de julho de 1997, para permitir a adaptação da modalidade de outorga de serviço de telecomunicação e concessão para autorização, e 9.998, de 17 de agosto de 2000, e dá outras providências.

III - Comunicação dos Conselheiros.

IV - Participação da sociedade civil.

Em 15 de julho a Conselheira Tereza Mondino comunicou a impossibilidade de comparecimento, por conta de compromisso profissional em São Paulo. Em seu lugar, contaremos com a presença do Conselheiro Paulo Ricardo Balduino.

Esta reunião está sendo realizada em caráter interativo, com a possibilidade de participação popular. Para isso, as pessoas que tenham interesse em participar, com comentários ou perguntas, podem fazê-lo por meio do Portal e-Cidadania, [www.senado.leg.br/ecidadania](http://www.senado.leg.br/ecidadania), e do Alô Senado, através do telefone 0800-612211.

Comunico aos Srs. Conselheiros que temos sobre a mesa da Presidência, para apreciação, a Ata da 6ª Reunião de 2019, enviada com antecedência, por *e-mail*, a todos os Conselheiros.

Não havendo objeção, proponho a dispensa da leitura e discussão da ata. (*Pausa.*)

Os Srs. Conselheiros que a aprovam permaneçam como se encontram. (*Pausa.*)

Aprovada a Ata da 6ª Reunião.

Comunico que o Parecer 4, de 2019, aprovado na última reunião, foi enviado ao Presidente do Congresso Nacional, Senador Davi Alcolumbre, nos termos do §2º do art. 34 do nosso Regimento Interno.

Item 1 da Ordem do Dia:

Audiência com o Diretor-Presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Alexandre Henrique Graziani Júnior, e com o Diretor-Geral da EBC, Roni Baksys.

Convido para compor a Mesa o Diretor-Presidente da EBC, Alexandre Henrique Graziani Júnior, e o Diretor-Geral da EBC, Roni Baksys. (*Pausa.*)

O objetivo desta audiência é estreitar o relacionamento institucional entre o Conselho e a EBC nos assuntos pertinentes.

Antes de começarmos, informo que o Presidente da Anatel foi convidado para esta audiência, mas, por estar em viagem internacional, não pôde comparecer. O Presidente se dispôs, mediante ofício, a comparecer em uma futura oportunidade.

Passo a palavra ao Diretor-Presidente da EBC, Alexandre Henrique Graziani Júnior, para sua exposição inicial.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Meu cordial bom-dia a todos. É um prazer estar aqui nesta seleta comissão.

Eu não poderia vir sozinho a esta comissão, porque somos uma equipe multidisciplinar na EBC. Estamos tentando promover a altivez na empresa, fazer mais com menos e sempre dando assertividade. Trouxemos o nosso Diretor-Geral, Roni Baksys; o nosso Procurador Jurídico, Francisco de Assis; o nosso Diretor administrativo; e nosso Diretor de Conteúdo e Programação, Vancarlos Alves.

Antes de iniciarmos a apresentação, um breve histórico. Eu tenho 35 anos em radiodifusão e tive o prazer de conhecer alguns colegas aqui e de lembrar de alguns colegas, como o cinegrafista Rogério Alves, com quem ajudei a consolidar aqui a TV Senado, e a Celina, operadora de audiovisual, que está ali dentro. São pessoas conhecidas e colaboradores intensos.

Gostaria, inicialmente, de rodar um vídeo para mostrar a leveza da empresa e o nosso portfólio, o que estamos fazendo na EBC.

Por favor.

*(Procede-se à exibição de vídeo.)*

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Obrigado. Agradeço pela atenção.

Gostaria agora de promover uma apresentação - uma breve apresentação, porque me parece que nós temos um tempo - de uma nova empresa para vocês. Inicialmente, o eslaide que eu vou apresentar... (*Pausa.*)

Como tudo começou: 1923, Fundação Roquette Pinto. E hoje, rumo a 2022, nós temos a sustentabilidade orçamentária e financeira, que nós estamos almejando, e nossa expectativa é essa independência. A partir de 2007, houve a criação da EBC (Empresa Brasil de Comunicação). Eu ainda era colaborador e profissional da Rede Globo. Encerrando 35 anos lá, eu fui convidado para trabalhar na EBC e dar minha contribuição. Se eu conseguir, se vocês me autorizarem e me permitirem ir até outubro, eu vou fechar 38 anos de radiodifusão.

Nossa missão, valores e cultura. Nossa missão é criar e difundir conteúdos que contribuam com a formação crítica das pessoas. Nossos valores: credibilidade, qualidade técnica, estímulo à cidadania, acesso, diversidade e regionalização, que é muito importante, e conteúdo, inovação e pluralidade. Nossa cultura é um compromisso com a comunicação pública e serviços conexos de radiodifusão. Praticamos a independência nos conteúdos, na ética, na transparência e gestão participativa - principalmente na gestão participativa. Nada do que foi feito até o momento, desde quando eu assumi em fevereiro a direção principal da empresa, está sendo feito à revelia; sempre com participação de colegiados e participação dos colaboradores da empresa.

Defendemos os direitos humanos, a liberdade de expressão, o exercício da cidadania, valorizamos as pessoas e a diversidade cultural e regional brasileira. Cultivamos a criatividade, a inovação e a sustentabilidade, algo novo que parece que os colaboradores não tinham em mente. Hoje nós estamos tentando promover a sustentabilidade, a meritocracia, promover as entregas que a sociedade solicita.

Nossa visão estratégica, a perspectiva de resultados e a comunicação:

- . Comunicar os assuntos relevantes para a sociedade; e
- . Ser uma empresa referente em comunicação.

Nossos processos internos:

- . Ampliar as receitas e o portfólio de produtos e serviços. A EBC não pode comercializar com a iniciativa privada, mas nós temos grandes clientes no Poder Executivo, no Poder Federal, estatais, autarquias... Veremos logo a seguir.
- . Renovar TV e Rádio, mantendo alcance próprio e ampliando as redes e parceiras.
- . Aprimorar a concepção e a integração dos conteúdos multiplataformas.

De fato, hoje a tecnologia não perde seu tempo, está sempre em avanços, em evolução. E nós estamos tentando trazer exatamente a EBC para o contemporâneo.

Nossa perspectiva de recursos é:

- . Racionalizar os custos, conforme alinhado, conforme eu relatei para um Conselheiro. Estamos no caminho certo.
- . Investir nas tecnologias prioritárias; e
- . Aprimorar a gestão organizacional e de pessoas.

Temos realmente agora um novo olhar, a prioridade são os colaboradores da casa, os concursados, ao contrário de gestões anteriores, em que parece que se promovia algo um pouco diferente.

No nosso cenário atual, nós estamos fundamentados e alicerçados por essa legislação. Trouxe o nosso Procurador Francisco, se ele puder nos auxiliar aqui.

Nossa finalidade é prestar serviços de radiodifusão e serviços conexos, observados os princípios estabelecidos: na Lei 11.652, a lei de criação da EBC, alicerçados agora pela última atualização, pela 13.417, no Governo anterior; no art. 223, somos extremamente constitucionais, totalmente legais, fundamentados e alicerçados com o 223; na 13.303, Lei das Estatais, que nos rege; na 6.404, Lei das Sociedades Anônimas, em que os nossos 50% são a União; na nossa 11.652, lei de criação da EBC, que nos rege e a qual seguimos criteriosamente, agora com a atualização da 13.417 e no nosso estatuto social da empresa.

Eu pediria para o Procurador Francisco, se pudesse evoluir mais um pouco na área, por favor.

**O SR. FRANCISCO DE ASSIS LIMA FILHO** - Pois não, Presidente.

Queria agradecer a gentileza da abertura deste espaço no Conselho de Comunicação Social do Congresso, agradecer aqui a presença do Presidente da Mesa, Diretor-Presidente da EBC, Diretor-Geral da empresa também.

O que a atual gestão da empresa procura fazer, além do aspecto operacional e de diálogo com a sociedade, além de incremento na programação, ela procura respeitar também a legislação em vigor, notadamente os arts. 221 e 223 da Constituição Federal, que tratam da complementaridade entre os princípios público, privado e estatal.

Antes de que essa unificação das grades de programação das TVs fosse feita, houve um estudo dentro da empresa nesse sentido. Nós entendemos que não houve, que não há nenhum tipo de ofensa a essa nova visão e nova concepção da empresa, que trouxe uma série de benefícios, aos poucos vai ser relatado aos senhores aqui um pouco mais adiante.

Com a nova Lei das Estatais, em vigor também desde o meio do ano passado, a empresa procurou ter mais pujança, mais flexibilidade. Esse novo regime trouxe mais flexibilidade para a empresa. Isso tem facilitado bastante alguns atos de gestão que têm sido promovidos pela empresa. Como bem colocado pelo Diretor-Presidente, há um prestígio aos empregados da

casa. Estou lá há 17 anos. Eu sou empregado concursado da antiga Radiobrás. Estou na empresa também desde a origem. Participei dos estudos de concepção da empresa ainda quando a Fundação Getúlio Vargas foi contratada pela Radiobrás para criar o projeto e a concepção da EBC. Participei também um pouco da Medida Provisória 398, que foi lançada em 2017, em 2007, melhor dizendo. Desde o início da empresa, eu venho acompanhando a evolução e a história da EBC sob o ponto de vista jurídico. Então, verificamos que não há nenhum comportamento anômalo ou ilegal ou muito menos inconstitucional por parte das ações da empresa. Obviamente, há entendimentos em sentido contrário, e nós respeitamos todos eles, mas estamos aqui para poder esclarecer eventuais dúvidas que este Colegiado tenha ou que a própria sociedade direcione à EBC.

Muito obrigado.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Vou passar a palavra para o Diretor-Geral, Roni Baksys, para ele fazer um complemento.

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Bom dia a todos!

Agradeço o convite, a oportunidade de estar aqui no Conselho de Comunicação Social, por essa abertura que nos deu para podermos conversar sobre a EBC, para mostrarmos o processo que a EBC agora está percorrendo.

Eu só quero ressaltar uma coisa nesse eslaide que está projetado. Há duas atividades bem distintas: radiodifusão pública e serviços conexos. Quando a gente fala de divulgação de atos e fatos, de atos e matérias do Governo Federal, nós estamos na segunda parte, na de serviços conexos. A radiodifusão pública é prevista na Constituição Federal, no art. 223. A razão da existência da EBC está prioritariamente de acordo com o que está previsto no art. 173 da própria Constituição. Uma empresa pública pode existir se for relevante para a sociedade, se for de relevante interesse coletivo; é o que está previsto na Constituição. Então, a empresa EBC como empresa pública existe para a radiodifusão pública e também realiza serviços conexos, a divulgação de atos e fatos.

Nosso principal cliente - isto é claro para a empresa - é a sociedade. Nós temos que prestar serviço à sociedade. Então, todos os focos e todas as ações tratamos dessa forma. Quando a gente exerce a função de divulgação de atos e fatos para o Governo Federal, esse é também o cumprimento do que está previsto na lei de criação da EBC. Então, a EBC também tem que fazer essa cobertura. Que isso fique bem claro! É bem interessante o fato de que há esta distinção entre o que é radiodifusão e o que são serviços conexos, a divulgação de atos e matérias do Governo Federal.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Isso nos permite fazer contratos.

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Exatamente! É o que nos permite ser contratados pelo Governo Federal. Nós atuamos normalmente em forma de contratos. O.k.?

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Dando sequência aqui, vou aproveitar a presença do Diretor-Geral, Roni Baksys. Exatamente na nossa área multidisciplinar, é o que estamos falando aqui agora. Nossos potenciais clientes através da Administração direta e indireta. Isso é um grande potencial de contratações e geração de receita.

Por favor, pode ir.

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Bom, esse eslaide apresenta o Sicom, que é o Sistema de Comunicação da Secretaria Especial de Comunicação Social do Governo da Secom.

Onde é que entra a EBC? Isso aqui, esse eslaide representa aquela segunda parte do que está previsto na Lei de Criação da EBC, serviços conexos, divulgação de atos e matérias do Governo Federal; divulgação de políticas públicas. Esse é o Sistema de Comunicação Sicom. Secom é o órgão central desse sistema, e, a EBC, à direita bem em cima do eslaide, nós temos lá empresas públicas, a EBC está enquadrada ali.

O que é a EBC, quando faz a divulgação de atos e fatos? Ela nada mais é do que o braço operacional do Sicom. Nós somos contratados pelos Ministérios, nós somos contratados pela Secom para fazer justamente a divulgação de atos e matérias do Governo Federal. Então, é basicamente o que está projetado nesse eslaide.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Vale ressaltar que não existe nenhuma ingerência da Secom na EBC; o nosso vínculo é contratual, queria só acrescentar.

Vou passar para a próxima apresentação, porque nós temos um tempo aqui.

Nossas plataformas: a TV Brasil, rádio, TV e *web*, esses são nossos produtos. Recentemente tivemos aí algumas *fake news* tentando desestabilizar nossa equipe lá na EBC, que iríamos fechar MEC, fechar TV, fechar isso, fechar aquilo. Não procede. Eu mesmo fiquei surpreso com essas *fake news*. Infelizmente é a tecnologia hoje, as pessoas realmente não querem assumir responsabilidades e ficam tentando promover e desestabilizar as gestões das empresas do Governo.

Então, nós estamos constituídos aí com praticamente dez rádios, são oito rádios e duas retransmissoras. Eu sou da coluna da vertente de tecnologia; o Diretor Roni, da área de planejamento; o nosso Francisco, da área jurídica; o Kazuaki, que é da área administrativa; e o nosso Diretor de Conteúdo. Então, nós estamos realmente bem fundamentados e apropriados da pauta; não há nenhum aventureiro aqui na EBC.

Nossa distribuição de TV pelo Brasil: estamos em 616 Municípios com o sinal de televisão um pouco diminuto. Herdamos uma EBC com a TV traço, parece que todos sabiam disso, TV traço. E realmente, quando eu saí, estava disponível no mercado e fui convidado para trabalhar na EBC, começamos a fazer uma movimentação de profissionalizar, de tentar fazer com que a empresa tivesse condições de promover um serviço de radiodifusão de qualidade. E, lá dentro da EBC, comecei a descobrir que há gente que faz a diferença, são talentos da empresa que querem fazer o serviço, querem mostrar a relevância da empresa e da comunicação brasileira.

Nossas geradoras próprias, como podem ver, um azulzinho bem escuro, são poucas. Nós estamos divididos em quatro regionais: São Luís, Brasília, Rio e São Paulo. Nossas retransmissoras próprias estão em azulzinho claro, ainda são retransmissoras. Inclusive, nós estamos promovendo a evolução técnica dessas retransmissoras, elas estavam analógicas, no formato 4:3 de televisão *standard-definition*, e agora nós estamos evoluindo para 16:9 Full HD.

Nossas geradoras parceiras estão em vermelho, são praticamente inteligíveis ali no mapa. As retransmissoras parceiras, em verde; realmente nós cobrimos uma área maior que nos ajuda. E as afiliadas de parcerias, porque estamos tentando promover exatamente essas parcerias, fazer com que esses canais, essas coligadas e coirmãs passem a exibir a programação da EBC.

A distribuição das rádios EBC: oito emissoras e duas retransmissoras. Estão todas funcionando e a orientação do Diretor-Presidente - ex-Diretor de Operações, Engenharia e Tecnologia - é aumentar a potência dos transmissores. Precisamos saber aonde estamos chegando. E logo os resultados indicadores começaram a ser formados.

Hoje, não damos mais traço na televisão. Conseguimos promover a última TV... A regional São Luís estava analógica até o final do ano de 2018. Eu, como diretor de tecnologia, fui lá promover a atualização daquela regional. Hoje ela trabalha em canal 2.1, em Full HD, e temos também um projeto já avançado para uma rádio FM para aquela localidade.

Outro detalhe que chama muito a atenção na EBC é que as rádios, o sinal de rádio da EBC chega aonde nenhuma outra rádio consegue chegar, no Brasil. Isso é muito importante.

Eu vou fazer apenas um exercício aqui, um paralelo. Antigamente, quando eu estava com meus 9 a 10 anos, os rádios vinham com uma faixa de ondas médias, três de ondas curtas e uma de ondas tropicais. Se alguém se lembra disso... Eu me lembro. Essa matéria... Eu já fui notificado pelo Dentel aos 10 anos de idade, para vocês conhecerem meu currículo. E depois, com a evolução dos tempos, hoje nós estamos vivenciando um contemporâneo em que os rádios estão vindo apenas com três faixas de FM e uma de ondas médias. Então, aquele segmento e aqueles *dials* foram sendo suprimidos com o avanço da tecnologia.

Esse serviço está sendo descontinuado, mas não pela EBC. Nós estamos promovendo divisas, levando informação para quase 20 milhões de pessoas na Amazônia Legal, e nosso sinal continua chegando. E a orientação é aumentarmos potência para darmos civilidade aos brasileiros e bem informá-los.

Nesse eslaide agora, em especial, gostaria de chamar atenção e dividir o contentamento com vocês, porque somos a única TV do mundo com legenda oculta, audiodescrição e Libras. Gostaria de convocar o Diretor de Conteúdo, Vancarlos, especialista em programação, talento da casa também, para que possa discorrer sobre o assunto.

**O SR. VANCARLOS ALVES** - Bom dia a todos. Saúdo todos os presentes, especialmente os integrantes da Mesa.

É com muita satisfação que a gente apresenta esses eslaides, porque nós sabemos da importância da inclusão na comunicação. Como o Presidente bem colocou, nós damos uma atenção muito grande às questões de acessibilidade, para além das obrigações legais.

Nós temos hoje a obrigação de inserção de legenda oculta em todos os programas da TV, o que a EBC cumpre integralmente. Temos também a necessidade da inserção de Libras em alguns tipos de conteúdo e, além disso, temos uma atenção muito grande com o conteúdo esportivo com Libras, o próprio jornalismo também tem sempre a inserção de Libras, e a audiodescrição, que é um recurso pouco conhecido, mas de grande importância também para aqueles que precisam desse serviço. Hoje a lei está numa progressão de quantidade semanal, e a ideia é chegar em junho de 2020 com a inserção de 20 horas por semana. A EBC já cumpre isso e muito mais: hoje nós temos aí 26 horas semanais de conteúdo com a inserção desse recurso.

Em 2019, na nova grade de programação, nós lançamos algo que é, sem dúvida nenhuma, a primeira faixa da comunicação destinada a esse público, uma faixa infantil contemplando todos os recursos de acessibilidade. Então, nós temos aí, a partir

das 7h30 da manhã até as 9h30, uma faixa com Libras e audiodescrição, todos os conteúdos que compõem essa faixa têm os três recursos de acessibilidade disponíveis à população. É que a gente sabe que hoje já há mais de 19 milhões de cidadãos que precisam desses recursos e, quanto à parte do conteúdo infantil, nós sabemos da importância da educação infantil. Então, tornar acessíveis, através de um universo lúdico, a educação e a informação, comendo, inclusive, o crescimento da nossa sociedade, é de grande importância.

Agradeço a possibilidade de contribuir também.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Aproveitando a presença do Diretor de Programação, eu gostaria de dividir também a nossa audiência.

Por favor.

**O SR. VANCARLOS ALVES** - Aqui nesta tela nós temos a apresentação da cobertura do sinal da TV Brasil, e a empresa está muito empenhada nesse assunto, porque nós sabemos que, para sermos assistidos, nós precisamos chegar até a casa desses cidadãos. Então, por muito tempo, e com o advento também do *switch off*, a gente teve essa migração para o digital. Nem todas as emissoras tiveram condições de migrar para esse sistema digital. Então, nós estamos com estrutura própria e, a partir das parceiras também, fortalecendo a rede nacional de comunicação pública, tentando aumentar esse alcance para levar o conteúdo, não só o produzido pela TV Brasil, mas também a apresentação de cada emissora dessas que compõem a rede, também a partir dessa transmissão nacional - com esse avanço da cobertura, que pode ser observado no diagrama. Em linhas gerais, de 2018 para 2019, nós tivemos um aumento de 10 pontos percentuais. Isso tornou possível também, além de um conteúdo mais dinâmico e educativo, aumentar consideravelmente os índices de audiência.

No primeiro semestre de 2019, a título de exemplo, conseguimos alcançar a sétima posição entre as emissoras mais assistidas, a partir da avaliação do Painel Nacional de Televisão, que contempla aí as TVs abertas e fechadas. *(Pausa.)*

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Bom, só complementando o que o Vancarlos falou, aqui nós temos a representação do principal projeto da EBC hoje: a expansão do alcance do nosso sinal; chegar à casa do cidadão.

Aquela última coluna, "Brasil", representa que, com o sinal digital de televisão, nós chegamos somente a 36% da população brasileira. Nosso alcance está reduzido. Se nós compararmos com as empresas privadas, nas quais o percentual normalmente está acima de 90%, isso aqui significa muito para o nosso resultado.

Eu não estou estabelecendo referencial comparativo. A EBC não entra numa competição. Ela é complementar à privada. Então, a pública e a estatal estão sendo complementares à privada. Não estamos competindo com a emissora. Mas, para que a gente tenha o nosso resultado, ou seja, para que a gente cumpra a nossa missão de fortalecer o caráter crítico do cidadão, a gente precisa chegar à casa dele. Ele precisa ter possibilidade de assistir.

Então, aqui está representando o nosso principal projeto na empresa hoje, e isso aqui requer investimento. Então, daqui a pouco eu vou falar um pouco mais sobre isso, mas investimento é orçamentário: a gente precisa de disponibilização orçamentária. E nós vamos mostrar como é que estamos fazendo.

E também, aproveitando a oportunidade de estar aqui, se a Comissão puder nos ajudar em alguma coisa no futuro também, também vou conversar com vocês sobre isso aí, mais à frente eu vou falar. Mas fica caracterizado o principal projeto que requer investimento. É aqui que nós estamos priorizando o orçamento que nós estamos recebendo na EBC, para poder chegar à casa do cidadão.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - O.k.

Vou aproveitar agora e passar o próximo eslaide, porque eu acho que nós temos um tempo... *(Pausa.)*

"Uma nova empresa e a comunicação. A TV: a reestruturação e o modelo antigo".

Estamos mandando e transmitindo à população uma multiprogramação, um canal principal e subcanais, e hoje nós estamos no canal principal, com a unificação da grade da programação.

A nossa proposta é chegar a todas as capitais, estamos evoluindo e avançando, mas, como bem colocou o Diretor-Geral, precisamos empenhar um financeiro e termos esse aporte financeiro do Estado e do Poder.

Eu gostaria de aproveitar também um gancho aqui do Diretor de Programação, para ele explicar exatamente como estamos distribuindo esse conteúdo no nosso canal principal.

**O SR. VANCARLOS ALVES** - Bem, aqui a gente ilustra essa transmissão, em apenas um canal de televisão, do conteúdo, mas nós sabemos... Hoje apresentamos aqui como que está a programação.

Já foi falado também do avanço de consumo audiovisual. Então, hoje, muitas plataformas competem entre elas por esses consumidores do conteúdo audiovisual. Então, para poder avançar nessas plataformas, nós tivemos que tomar, como o

Diretor-Geral pontuou, medidas orçamentárias para conseguir investir em áreas que são de grande interesse também, principalmente virtual.

A partir disso, nós fizemos essa integração da exibição, em apenas um canal, desses dois conteúdos, mas aqui não há fusão dos conteúdos, tanto que os conteúdos estatais que participam da grade estão perfeitamente identificados, como a gente apresentou aqui no vídeo, e hoje a proporção é mais ou menos de 90% para 10%: 90% de comunicação pública, e 10% de comunicação estatal, identificados, e trazendo também, com neutralidade, os atos e matérias do Governo Federal para que os cidadãos também possam acompanhar. Nós sabemos que esses atos são de impacto em toda a sociedade. Então, apresentamos com neutralidade essa comunicação. É assunto de interesse público também.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Gostaria de salientar que Diretor Vancarlos também é um colaborador da casa. Praticamente contemporâneo ao Procurador Francisco, é um talento que nós identificamos dentro da empresa e que quer fazer a diferença, quer dar relevância à sua empresa.

Vou deixar agora o Diretor-Geral comentar os nossos prêmios.

Alguns números vão ao encontro das nossas atividades e da nossa gestão de sustentabilidade.

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - A EBC recebeu, em 2017, o Prêmio Chico Ribeiro. O que representa esse prêmio para a gente? Quem entra na página da EBC hoje consegue ver uma composição de custos totalmente dimensionada para qualquer plataforma, para qualquer regional que nós temos. Então, a EBC está totalmente mapeada na parte orçamentária, e isso está apresentado de forma pública no canal de informação da empresa. Se quiserem saber qual é o custo da TV Brasil por ano, está lá representado. Se quiserem saber qual o custo da regional de São Pulo no ano, está lá apresentado. Esse trabalho orçamentário de precificar a EBC, de colocá-la de acordo com várias centrais de custo permite hoje a gente ter essa transparência do uso do recurso público, e isso está ali representado, aberto, transparente para qualquer cidadão poder acessar.

Também no IG-Sest, do Ministério da Economia, nós atingimos o nível de governança 1, no terceiro ciclo de 2018, no ano passado. É também uma conquista a EBC. Temos alguns avanços nesse índice de governança. Ele representa o índice de governança da empresa. Temos alguns avanços ainda, mas já estamos muito bem pontuados pelo Ministério da Economia. Hoje nós temos uma empresa saneada e saudável financeiramente. Nós tínhamos alguns passivos que chamávamos de passivos estratégicos. Estamos conseguindo resolver todos, faltam muito poucos para serem resolvidos. Então, temos uma empresa orçamentária e financeiramente saneada, o que é muito bom para ela.

Ainda como resultados - não vai apresentar aí -, é com satisfação que falo que, neste primeiro semestre de 2019, pelo sistema de ouvidoria da empresa, houve um acréscimo de 490% de elogios à nossa programação em todas as plataformas, o que representa que a mudança na grade que nós implementamos neste primeiro semestre surtiu efeito. Esse é um resultado bastante significativo.

Outro resultado significativo já foi abordado pelo Vancarlos aqui: o aumento da audiência em todas as plataformas. Vou destacar a TV, que é objeto de muita discussão com relação à unificação da programação. Se compararmos esse primeiro semestre de 2019 com o primeiro semestre de 2018, nós tivemos um aumento de audiência de 50%. Eu fiz questão, inclusive, de trazer o Arthur, que é o diretor de negócios da Kantar Ibope, para estar aqui, acompanhar e afiançar aquilo que nós estamos falando. Também nas rádios tivemos esse aumento significativo. Voltando à televisão: melhor resultado nos últimos quatro anos, cujos dados nós temos. Pelo menos dos últimos quatro anos, esse primeiro semestre foi o melhor resultado apresentado pela empresa.

E continuando já nesse sucesso da televisão, julho foi o melhor julho dos últimos quatro anos dentro da empresa, o que nos dá uma perspectiva de que esse resultado de aumento de audiência... Resultado: apresentar aquilo e a gente ter certeza de que aquilo que a gente está apresentando está sendo útil para o cidadão. Então, esses resultados são significativos.

Rádio, tanto MEC quanto Nacional: também tivemos aumento de audiência.

Web, número de acesso a redes sociais: também tivemos aumento.

Ou seja, o nosso resultado começa a aparecer. Estamos saindo daquela perspectiva de TV traço para apresentar algum resultado.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Vou aproveitar aqui, para descontraírmolos um pouco.

Esse eslaide chama a atenção: a EBC está ali, a partir da sua criação, com 11 para 12 anos, mas vejamos as outras estatais no primeiro mundo, com anos de experiência. Mas o mais importante é que elas existem. Nós estamos tentando fazer o nosso papel, cumprir o nosso papel de relevância na sociedade, no Brasil.

Vou pedir agora ao Diretor-Geral para explicar mais uma vez a respeito agora do nosso serviço conexo, nossa radiodifusão pública.

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Antes eu vou falar um pouco nesse eslaide aqui e salientar que, além de estarmos vendo a vida de cada uma dessas emissoras públicas de diversos países, é importante ressaltar também que o orçamento, a forma de orçamentação dessas empresas sempre tem alguma forma de imposto ou uma contribuição da sociedade. O caso da BBC, por exemplo: o cidadão, pelo número de televisores que possui em casa, faz essa contribuição, esse aporte, ele paga esse imposto, que reverte em forma de orçamento para a BBC.

E aqui eu vou falar sobre orçamento da EBC agora, que também é uma conquista que nós tivemos desde o final do ano passado para agora. Hoje a EBC... Lembremos aquela declaração de que a EBC vale R\$1 bilhão, gasta R\$1 bilhão. Hoje a EBC está com orçamento em torno de R\$500 milhões, um pouquinho mais, um pouquinho menos, para este ano de 2019 - previsto. E a nossa receita para este ano ultrapassa R\$440 milhões.

Então, quando se fala em sustentabilidade da empresa, é justamente isso. Nós estamos buscando modernizar a empresa, ampliar a cobertura do nosso sinal, fazer chegar um produto de qualidade na casa do cidadão, custando menos do que custava e, se possível - aí a busca da nossa sustentabilidade, em que nós acreditamos e que temos condições de atingir -, custando menos do que as receitas que nós temos. Ou seja: a injeção de recursos do Tesouro está cada vez menor na EBC. Então, referenciando, custo EBC 2019: em torno de R\$500 milhões. A arrecadação, receita: mais de R\$440 milhões. Então, isso é importante ter em mente.

Não vou entrar no mérito de que vai passar pelo orçamento ou não vai passar pelo orçamento, porque, com tudo isso, a empresa dificilmente vai ter, ela vai ser independente orçamentariamente, porque ela precisa passar pelo orçamento público, mas ela será sustentável: a sua receita será equilibrada com a sua despesa. E essa é uma meta que nós estamos perseguindo.

Conseguindo isso, o enxugamento dos seus recursos, ampliando suas receitas e melhorando os seus resultados, estamos dando uma outra visão sobre a empresa.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Vamos aproveitar para falar sobre o fomento da rede pública, já que o Diretor-Geral tocou em ano financeiro. O senhor poderia explicar para a gente?

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Quanto à Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública (CFRP), que está naquela parte esquerda, no círculo maior, ali, da projeção, ela é uma contribuição prevista na lei de criação da EBC e ela é arrecadada das emissoras privadas de telecomunicações, telefonia celular e assim por diante.

Então, a nossa arrecadação de CFRP hoje, de Contribuição para o Fomento, está em torno de R\$200, R\$220 milhões por ano, falando em termos de números. Daquele montante de 440 de receita de que eu falei, a CFRP está mais ou menos pela metade daquilo, metade das nossas receitas. As outras receitas que nós temos da EBC estão ligadas a rendimentos de aplicações que nós temos e serviços que nós prestamos, porque nós temos contratos de prestação de serviços. Tudo isso somando dá mais de 440... Temos a estimativa de mais de R\$440 milhões de arrecadação ao final de 2019.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - O.k., chefe Roni. Muito obrigado.

Por que que eu coloquei os nossos colaboradores para falar? Porque lá não existe censura; existe, sim, a especialização de cada um e a colaboração de cada um, de cada especialista no nosso Colegiado.

Chamei, convidei os colegas aqui, principalmente os integrantes da empresa, concursados da casa, e não existe cerceamento nenhum de opinião, e a liberdade de imprensa é sempre bem-vinda.

Agradeço o espaço nesse verniz cultural e fico à disposição para promover aqui o debate.

Muito obrigado, Presidente.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Obrigado, Sr. Presidente.

Eu agradeço a todos os expositores que compuseram a Mesa e abro a palavra agora para os Conselheiros que queiram se manifestar.

Passo a palavra ao Conselheiro Davi Emerich.

**O SR. DAVI EMERICH** - Presidente, antes de eu me manifestar, eu queria fazer só duas perguntas, para que eu depois também pudesse, mais tarde, fazer comentários.

Primeiro, o companheiro Alves falou sobre a posição da empresa em sétimo lugar nas empresas tal, tal, tal, tal. Eu queria saber qual é a audiência em termos reais, porque ele falou em traço, 50%, dá traço e meio. Então, eu queria saber exatamente qual o nível da audiência, e não na posição da grade - sétimo lugar -, mas qual o índice de audiência.

O segundo ponto é que, no quadro que você coloca, você fala que o modelo antigo era público e estatal, mas não fala qual é o modelo atual. Então, eu queria explicação sobre - havia o modelo antigo, público, estatal - qual é o modelo atual. Eu queria informação, para eu poder depois pedir a palavra e fazer comentário.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Vou aproveitar para falar sobre a unificação da nossa programação.

Como bem colocou o nosso diretor da Dicop, o nosso modelo agora é feito num único canal principal. Nós não estamos trafegando mais em canal secundário. No único canal principal, que é o canal 2.1, que é o canal que diz respeito à Radiobrás, à antiga Radiobrás, que originou a EBC, nós estamos trafegando e publicizando os atos e matérias do Governo Federal, na proporção de 10%, de até 10%, como bem colocou, de forma bem equilibrada, e 90% são destinados à utilidade pública, publicizando todo o informe publicitário.

**O SR. DAVI EMERICH** (*Fora do microfone.*) - Esse é o fim da NBR? Antigamente havia a NBR e a EBC. Agora, ficou só um canal. É isso?

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Exatamente. Estamos operando de forma semelhante à TV Justiça, à TV Senado e à TV Câmara. É algo que já é praticado no Governo.

Como bem colocou o Diretor-Geral, sempre provendo racionalização de recursos, e isso foi muito bem-vindo, para que pudéssemos conciliar todos os nossos recursos orçamentários e financeiros. E chegamos a essa solução, que acabou nos trazendo uma visão de expectativa de crescimento e otimização de recursos técnicos e humanos.

**O SR. VANCARLOS ALVES** - Bem, em referência à audiência...

Primeiramente, só colocar uma questão que é importante: já foi falado aqui também que a EBC não está em uma disputa com nenhum outro canal. Quando a gente coloca na mesa o seu posicionamento no *ranking*, é só para mostrar que ela realmente tem relevância e que há pessoas interessadas em um conteúdo que seja complementar. E esse conteúdo complementar, hoje, tem uma importância muito grande, porque extrapola agora a questão do sistema de televisão público, estatal e comercial, porque nós temos também a necessidade, hoje, do cidadão de acompanhar, de ter alguma referência de neutralidade nas comunicações.

A gente está na era das *fake news*, esse é um assunto que é amplamente discutido, então, a diretriz da nova grade de programação é esta, você apresentar com neutralidade, para que aquele espectador possa criar o seu pensamento crítico sobre as várias questões.

Quanto ao ranqueamento, essa é uma avaliação... É notícia pública, foi dada por vários canais também, e a EBC, do final de 2018 para o começo de 2019, ficou entre as dez emissoras mais assistidas do País e, em janeiro de 2019, alcançou a sétima posição. É lógico que esse ranqueamento sofre alterações, porque, com eventos especiais, esse ranqueamento se altera, mas hoje a gente está entre as dez emissoras mais assistidas do País, com um valor de algo em torno de 0,35 de audiência. Para que os senhores tenham uma noção, esse valor corresponde a uma média de 250 mil domicílios. Cada ponto de audiência no PNT corresponde a 250 mil domicílios no País.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - O senhor já foi respondido, Conselheiro?

(*Intervenção fora do microfone.*)

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Conselheira Maria José...

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Presidente, só para acrescentar, porque a gente não consegue... Ah! Agora, sim.

Gostaríamos de acrescentar também uma contribuição do Diretor-Geral. A gente está tentando abrir o microfone aqui... Pronto.

É bem importante salientar aqui, com relação à audiência, com o aspecto do chegar o sinal. Então, há uma tendência muito grande de se fazer uma comparação com a audiência de emissoras privadas. Isso é natural. A gente está falando que está em sétimo, décimo... O.k. Faz parte. Agora, considere o seguinte: nós estamos falando de uma audiência de 0,35, como pontuado pelo Vancarlos, quando nós tínhamos zero ponto vinte e alguma coisa no primeiro semestre do ano passado. Então, houve um aumento significativo.

Mas, mais importante do que isso: por que esse aumento vem? Vem se a gente faz o sinal chegar à casa. Então, quando se faz a medição da audiência, o PNT... São 15 Municípios normalmente - vou usar como referencial. Não é exato isso, mas como referencial - mais populosos do Brasil. São só 15 Municípios. Em alguns desses Municípios, nós não temos o sinal da TV Brasil. Então, isso já prejudica muito a nossa audiência. Por isso que eu falei que o nosso principal projeto é a expansão do alcance do sinal da televisão e das rádios. Nós queremos chegar a todas as capitais pelo menos até 2023. Nós temos que investir para isso. Quando conseguirmos isso, não temos dúvida: o nosso resultado será melhor do que está agora; muito melhor do que está agora. Então, por isso que empresa caminha nesse sentido. Então, é importante ressaltar isso.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Conselheira Maria José.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Bom dia a todas e a todos.

Primeiramente eu queria agradecer - é claro, o Presidente já fez isso, mas - à equipe de gestores da EBC por terem aceitado o convite para estarem aqui conosco. Esse convite foi reiterado várias vezes, mas felizmente foi possível estar aqui, no dia de hoje, para a gente fazer essa conversa.

Eu tenho vários pontos, alguns bem específicos e outros mais genéricos, e vou tentar colocar de forma bastante clara. Mas, primeiramente, também queria parabenizar a equipe de gestores pelos avanços relatados. Então, é de fato importante que a gente tenha aumento da cobertura da TV pública brasileira ou da principal TV pública brasileira, e, aí, já ponho uma questão: esse aumento da cobertura se deu por conquista de novos parceiros, se deu por investimentos próprios, e como que ficam as geradoras próprias da EBC nesse aumento da cobertura?

Também parabenizo pela questão da busca da sustentabilidade financeira, mas faço uma ressalva: o Brasil foi, durante muito tempo, deficitário na comunicação pública, e, ao criar uma empresa pública de comunicação com a pretensão de ser uma empresa nacional, o Governo brasileiro deu um salto para superar essa lacuna que existia, que era de fato uma hipertrofia do sistema privado e uma total, vamos dizer assim, ausência do sistema público de comunicação para servir à população brasileira e ser paradigmático na produção de conteúdo da TV e das rádios, ou seja, da radiodifusão pública.

Então, ao parabenizar essa questão da busca da sustentabilidade financeira, eu também ressalto que os objetivos primeiros, como disse o Diretor-Geral Roni, de chegar na casa do cidadão - e aí eu coloco um outro: de chegar com qualidade na casa do cidadão - não pode fazer com que essa sustentabilidade financeira seja buscada a ferro e fogo. É preciso sim investimentos e é preciso, sem nenhum... Eu não tenho o menor constrangimento de dizer isto: é preciso que haja investimento do Governo brasileiro para consolidar uma empresa nacional pública de TV.

Mas também, ao parabenizar, coloco a grande preocupação de que a EBC cumpra, de fato, a finalidade para que foi criada, que é uma empresa pública de comunicação. E aí, na visão da Federação Nacional dos Jornalistas, de várias entidades que trabalham a questão da democratização da comunicação - o meu companheiro da Fiterter está inscrito. Então, eu não preciso citar a Federação dos Radialistas -, nós vemos com muita preocupação e fomos a público criticar a fusão da TV Brasil com a NBR. E por que que fomos a público criticar? Volto a dizer: porque a criação da EBC como empresa pública e, principalmente, da TV Brasil como uma emissora de TV pública foi um ganho para a sociedade brasileira. E, ao fundir, mesmo que seja 10% da programação para difusão dos atos do Governo, no nosso entendimento descaracteriza a TV Brasil como uma emissora pública, confunde o cidadão...

Desculpem-me, mas um selinho do lado esquerdo da tela, embaixo, dizendo que aquilo ali são atos do Governo, não é o suficiente para esclarecer que ali se trata de divulgação de atos do Governo. O cidadão e a cidadã comum não têm essa percepção. Muitas vezes não têm percepção nem do que é publicidade. Vai dizer o que que é divulgação de atos oficiais do Governo, que é um dos objetivos da EBC e que era bem feito pela NBR.

Então, para nós há um prejuízo evidente para a sociedade brasileira e há também o aspecto legal, que está sendo questionado. O Ministério Público Federal já entrou com ação questionando a decisão da EBC de fazer a fusão das duas emissoras de TV, e repito, confundindo público com estatal. E essa confusão é, sim, prejudicial.

Eu também queria ressaltar que nós temos dúvidas em relação a algumas medidas pontuais.

O Presidente já disse que a EBC foi vítima de *fake news* ou de notícia fraudulenta, nos últimos tempos, que, pelo que eu entendi, diz respeito à extinção da Rádio MEC AM. Eu pergunto: se a EBC não tem a intenção de extinguir a Rádio MEC AM, quais medidas foram tomadas para a migração da Rádio MEC AM para FM, já que nós estamos aí num processo de migração das emissoras AM em todo o Brasil. E, do mesmo jeito, as demais AM que a EBC possui. As medidas legais foram tomadas? Há, de fato, a intenção de manter essas emissoras na frequência FM e manter com a programação específica, sem fazer fusão e, portanto, sem prejuízos ao que historicamente foi divulgado e, segundo a própria gestão, com melhoria nos últimos tempos?

Também queria colocar a questão da regionalização da produção. E aí pergunto porque, realmente, a informação que nós temos é que houve um enxugamento na geradora do Maranhão e com a extinção do jornalismo da TV Brasil do Maranhão. Então, com prejuízos para a sociedade, com prejuízos para os profissionais de jornalismo contratados pela EBC.

E, por último... Eu não quero ser indelicada, mas, como representante dos trabalhadores jornalistas, Sr. Presidente, nós temos várias queixas de censura editorial na produção jornalística da EBC. É algo frequente não só a Federação Nacional dos Jornalistas, mas os sindicatos de jornalistas, receberem denúncias de funcionários da EBC, concursados, comprometidos, que querem a construção dessa emissora pública e que querem a construção, com qualidade, dessa emissora pública, nos procurarem para fazer relatos de direcionamento da cobertura jornalística, de, vamos dizer assim, falta de independência para as equipes de jornalismo fazerem o seu trabalho e buscarem essa excelência de qualidade que as TVs públicas devem ter, inclusive para serem paradigmáticas para a sociedade brasileira.

Muito obrigada.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Vou responder um pouco de trás para frente, Conselheira Maria José.

Nós estamos tentando fazer mais com menos, reestruturando, modernizando e trazendo a EBC para o contemporâneo.

Quanto à liberdade de expressão, ao cerceamento e à censura dentro da diretoria de jornalismo, isso pode ter acontecido em mandatos anteriores. Não existe nada oficial ou não oficial orientando essa prática dentro da empresa. O jornalismo é assertivo, é equilibrado. Como bem colocou o Diretor de Conteúdo, ele neutraliza o radicalismo e a ideologia. Ele tem que ser promovido oficialmente - a notícia - à vida como ela é, ao fato acontecido.

Quanto ao Maranhão... Vou responder brevemente e depois ao Diretor-Geral.

Nós estamos reestruturando o Maranhão e concluímos que o custo operacional daquela retransmissora, que já não estava realmente contribuindo como deveria, mostrou que é mais prudente enviarmos equipes para fazer os serviços em São Luiz do que promovermos o baseamento de uma sede naquela regional. Inclusive, estamos promovendo uma ação social e devolvendo alguns colaboradores a regime jurídico único que, de fato, não pertencem à empresa e estão gerando um ônus ao Erário da empresa. Vamos ficar apenas com os colaboradores da casa.

A outra situação é a respeito de quando a senhora colocou do *modus operandi*, exatamente para a nossa programação, até aproveitando para fortalecer a resposta ao Conselheiro Davi: a lei de criação da EBC, até mesmo alicerçada pela 223, da Constituição, não disciplina o como fazer a programação, a unificação da programação, e isso cabe à gestão, ao grupo multidisciplinar do colegiado de gestão da empresa. Logo, estamos entendendo que estamos sendo assertivos.

Até colocando uma situação em que, como bem colocou o Diretor-Geral, estamos promovendo um alcance que, eventualmente, vai redundar em audiência, mas a audiência só será alicerçada, como bem frisou o Presidente, com produtos de qualidade. Se nós não tivermos.... Se nosso sinal... É toda uma cadência, um elo de situações que teremos que conquistar. Primeiro, fazer chegar o sinal; segundo, é promover qualidade de nossos produtos públicos.

E creio eu, pela primeira pergunta que a senhora havia colocado, que nós estamos tentando deixar um ar mais profissional na empresa. A situação realmente, como era bem colocado e foi citado aqui, superficialmente, na Mesa, era de uma empresa cabide de emprego, propiciando situações, vamos dizer assim, à margem da lei, e nós estamos tentando profissionalizar a empresa, priorizar os colaboradores da casa e fazer com que o serviço seja praticado com relevância à sociedade.

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Bom, procurarei ser o mais breve possível, para abordar todos os pontos das suas questões, Conselheira Maria José. Obrigado pelos questionamentos, obrigado pelas provocações que foram feitas à empresa.

Primeira questão, em que se perguntou sobre o alcance, o aumento do alcance que é obtido e também da audiência, se foi por conquista de novos parceiros, se foi geração própria... Então, um trabalho paralelo. Na realidade, os dois.

A equipe de rede que trabalha junto às emissoras parceiras realizou 28 viagens, no primeiro semestre, para consolidar antigas parceiras e conquistar novas.

Além disso, nós estamos, como eu já falei anteriormente, priorizando o nosso orçamento, para fins de investimento. Então, neste segundo semestre, nós já devemos adquirir equipamentos não só para a EBC, também para as emissoras parceiras, para poder justamente ampliar esse alcance.

Então, o trabalho de ampliação já conquistado foi tanto com, como o Graziani já falou, com a colocação de novos equipamentos como com a conquista de novos parceiros e a consolidação dos antigos. Então, a primeira parte da pergunta objetivamente respondendo.

Concordamos que o orçamento não pode ser limitador para a ampliação do sinal. Concordamos com isso. Nós temos que fazer, para cumprir a missão da EBC, a razão da sua existência pela lei de criação, que é chegar à casa do cidadão... E, aí, eu gosto sempre de frisar isto: a gente não chega à casa do cidadão só com programação; a gente chega com sinal. São duas coisas com que a gente tem de trabalhar: o sinal chegando com qualidade e a programação chegando com qualidade. Então, para chegar, nós temos que investir, e esse é um trabalho que fazemos diariamente na empresa, para conquista... Enxugar nosso plano de trabalho em custeio, trabalhando junto à Secretaria de Governo, para a conquista de novos recursos... Tudo isso... O nosso assessor parlamentar aqui, em busca de emendas parlamentares que possam priorizar o nosso investimento... E aqui a gente conta com a colaboração deste Conselho, para que possa nos favorecer nesse aspecto também. O que vier, para fins de investimento dentro da empresa, será muito bem-vindo. O orçamento a gente não considera um limitador para que a gente cumpra nossa missão. Concordamos com a senhora.

Com relação à preocupação com empresa pública de comunicação, como frisei, a razão de existência da EBC é a radiodifusão pública. Ou seja: é uma empresa pública, e essa é nossa preocupação constante. Ela faz a divulgação de atos e fatos porque também é previsto. Isso é contratual. Um cliente nosso é o Governo Federal. Nós atendemos ao Governo Federal, mas o nosso principal cliente é o cidadão.

E consideramos, como já frisado pelo Graziani: como não está disciplinado pela Constituição Federal, no art. 223, tampouco na lei de criação da EBC como se deve dar esse relacionamento público-estatal, permitiu-se a unificação das programações, diferenciando o momento que os atos e fatos estão... Aí há uma pequena divergência no que estamos falando, mas fazendo justamente, salientando quando entramos com atos e fatos.

Agora é importante: por que que foi feita essa unificação? À revelia? Por nada? Não. Mais importante: a economia gerada nessa unificação de televisão: R\$32 milhões/ano. Isso é importante? É, porque esse recurso é o recurso que permitirá o investimento de que nós estamos falando aqui. Então, por isso que a gente trabalha nesse sentido. A economicidade é diretora das ações da EBC também. A gente também trabalha com esse aspecto.

Com relação à dúvida das medidas de MEC AM para MEC FM, nós já temos uma MEC FM no Rio de Janeiro. Ela já existe. E nós temos também a MEC AM. Mas as AMs da EBC, de uma maneira geral, estão sendo trabalhadas para serem modernizadas. Vamos inseri-las dentro da *web*, vamos inseri-las em TV a cabo... Hoje, na *net*, acessando a TV a cabo, a gente consegue escutar as rádios. Nós queremos colocar as nossas rádios na TV a cabo também. Então, essa modernização é o caminho que nós estamos perseguindo para as nossas AMs. E já temos uma MEC FM no Rio de Janeiro. Tem uma linha editorial diferente a AM, bem distinta da FM, a gente sabe disso, mas a gente trabalha também a conquista das AMs para as FMs.

Já fizemos vários ofícios para o MCTI para conquista de frequência FM, que está bem sobrecarregada, das outorgas de FM, que estão bem sobrecarregadas, principalmente nas grandes capitais do País, mas estamos trabalhando nesse sentido. Esse também é um trabalho que fazemos junto ao MCTI.

Eu acho que o Graziani já frisou os outros aspectos da sua pergunta. Eu só queria ressaltar também, com relação ao canal único da televisão, porque isso cabe frisar: atos e fatos estão sendo divulgados no 2.1, TV Brasil, mas naquele percentual máximo que tem sido frisado pelo Vancarlos, de até 10% da programação diária. Mas, espelhado no canal 2.2 da programação, nós ainda temos a TV Brasil divulgando os atos e fatos, às vezes, de uma forma mais completa. Então, um evento que aconteça está sendo representado... Por que que a gente tem que fazer isso? Porque interessa à empresa, porque isso representa faturamento para a empresa.

*(Intervenção fora do microfone.)*

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - É a TV *web*. Então, o 2.2, que é o espelhamento do 2.1, faz a reprodução da programação normal, mas, quando há necessidade de fazer uma programação, uma cobertura mais ampla de atos e fatos, é ali que ocorre, e não no canal principal, o 2.1. O.k.?

Obrigado.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira. *Fora do microfone.*) - O senhor gostaria de complementar?

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - É, eu gostaria só de complementar também a respeito das transmissões de amplitude modulada por ondas médias, naquele exemplo que eu dei nos *dials* dos rádios.

Inicialmente, nós estamos acompanhando as janelas de tecnologia e chamamento público junto à Anatel e ao Ministério de Ciência e Tecnologia. Semana passada mesmo estive em uma janela dessa, em uma reunião exatamente convocada pela Anatel, e a pauta era televisão, sinal digital e amplitude modulada em transmissão de rádio.

Outra situação é: estamos acompanhando fidedignamente essa situação, porque esse serviço vai ser descontinuado. Algumas empresas de iniciativa privada já se anteciparam nesse desligamento. Não é ainda ideia da EBC promover esse desligamento. Estamos acompanhando ferrenhamente a legislação e a descontinuação desse equipamento, tanto na área de transmissão quanto na área de receptores. Ou seja: não se vende mais "radinho" de pilha em ondas médias por aí, entende? Hoje os carros, inclusive, estão vindo com três FMs e um ondas médias. Já, já, o carro não vai vir mais com ondas médias. Então é um avanço tecnológico. É inevitável. Estamos em rota de colisão. Então, nós temos que aprender a aceitar esse tipo de coisa. Hoje, o telefone celular é um "radinho". Acredite se quiser. É o nosso trabalho de radiodifusão.

Em 2018, eu estava Diretor de Tecnologia da EBC e fomos convocados para promover a transmissão da posse do Presidente; fomos convocados para divulgar o horário gratuito eleitoral do primeiro e segundo turnos. Tudo foi a EBC que fez. Fomos convocados para promover o reforçamento do 4G, de comunicação, na Esplanada dos Ministérios, para que ninguém ficasse sem se comunicar. Tudo isso com os talentos da EBC. Eu fui apenas um facilitador. Mas essa garotada é que fez a diferença. Então, estou colocando para vocês que a modernização é inevitável.

Lá na frente teremos, sim, outros debates, exatamente para conversar a respeito, mas no momento não vamos desligar nenhum transmissor. Pelo contrário: precisamos saber aonde estamos chegando e, paralelamente a essa situação, promover produtos com qualidade, porque precisamos levantar e auxiliar a área finalística, que é a área de conteúdo do Diretor de COP.

Obrigado.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Obrigado, Presidente.

Conselheira, está respondido? (*Pausa.*)

O.k.

Antes de passar ao Conselheiro Davi, nós recebemos duas perguntas do Lucas Krauss Queiroz, do Distrito Federal, mas acho que essas duas perguntas já foram respondidas. Uma sobre a união da NBR e a TV Brasil, que acabou de ser respondida pelo Diretor-Geral, e uma sobre a extinção da Rádio MEC AM e de outras emissoras AM da EBC, as quais o Presidente já havia dito que vai manter, modernizar e ampliar o número de rádios.

Eu passo a palavra ao Conselheiro Davi Emerich.

**O SR. DAVI EMERICH** - Primeiro parabenizar a presença dos companheiros, trazendo informações importantes para a gente ver o papel da EBC no contexto da informação brasileira. O Alexandre, que eu já conheço, a gente já se trombou por aí, já conversou algumas vezes. Parabenizar porque, dentro desse corpo, há duas pessoas vinculadas à estrutura, meninos novos... Isso nos dá um pouco de conforto para se discutir a EBC.

Eu, pessoalmente, não fico muito tranquilo quando se fala que a EBC anterior era uma EBC de cabide de empregos. Eu tenho o maior respeito pelas gestões anteriores, sei também que foram cometidos muitos erros, então, eu não acredito em coisa "antes era assim e agora vai ser assim." Toda empresa - principalmente uma que começa em 1923 - é um processo de construção. Eu acho que as práticas ruins têm que ser superadas, as práticas boas têm que ser mantidas, e boas práticas têm que ser incorporadas. Então, na minha visão, eu não tenho nenhuma crítica no sentido de que antes a EBC era um cabide de empregos e agora estamos numa nova realidade. Não é isso. Então, eu sou solidário às pessoas que passaram pela EBC, pelo trabalho que realizaram na EBC, embora também tenha muitas críticas ao trabalho que era realizado na EBC. Então, eu também deixo isso de forma muito clara.

Segundo, é a questão conceitual. Chefe, por exemplo. Essa equipe, que eu parabeno, me parece muito bem afinada e com um projeto muito bem definido da EBC.

Eu acho que a gente tem três tipos de diretores: aqueles que fazem tudo que o chefe pede - é ruim; aqueles que não querem fazer o que o chefe comenta. É como se o chefe não existisse. Então, querem fazer contra o chefe. É ruim, porque tudo tem relações, tem investimento, tem orçamento. Então, a melhor posição é aquela que dialoga com o chefe - nesse caso, eu estou falando concretamente, com o Estado que foi eleito, com o novo Governo, dialoga com o novo Governo -, mas que tem a sensibilidade nos aspectos constitucionais e no aspecto de uma construção de uma informação pública. Então, é péssima a direção que obedece ao chefe cegamente; é péssima a direção que desconhece o chefe plenamente. Então, espero que a direção da EBC possa sempre se equilibrar nesses dois pontos.

E sempre há tensão. Não adianta achar que nisso também não há tensão não, porque há tensão, mas que nunca se perca a perspectiva que está dada na Constituição. Eu acho que é muito importante, é um apelo que eu pessoalmente faço à direção da EBC. Eu sei que vocês, talvez, realmente estão imbuídos nisso aí.

Quanto à questão da audiência, eu acho o seguinte: eu sempre uso uma expressão de um amigo meu, que é jornalista: não cair com o barulho do tiro. Por isso que eu perguntei, quando você falou da sétima posição, tipo assim... É uma forma de

esconder um pouco... A gente tem muito esse costume. Estatística é um bicho perigoso. A gente usa estatística da forma como quer. Está certo?

A realidade é que a EBC pulou de 0,20 para 0,35 de audiência. Nada mais é que traço - nada mais é que traço. Aí, você fala o seguinte: a Globo. Qual é a média de audiência da Globo? Não é 30, 40... É 12. Doze, 13%. Qual o índice de audiência da Record e do SBT? É 6, 7...

É claro que há programas que batem em 50, 40... A força dessas empresas está aí. Mas, se você pegar toda a distribuição, em 24 horas, isso vai bater em 12... Quando você analisa 0,35, você tem que ter como base maior 12, e não 80% de audiência, porque há um mito nesse debate.

E quando eu falo o seguinte, que a direção da EBC não pode cair com o barulho do tiro, quero dizer que não está atrás da EBC, na minha opinião, uma obrigação de levantar a audiência para 10% e de igualar à da Globo e à das empresas privadas. Essa não é uma obrigação da EBC. Por quê? O papel da EBC é outro. Nós temos de entender que o importante é a EBC colocar um conjunto de bons conteúdos, para que as plataformas horizontais e as plataformas intermediárias e os canais possam pegar esse bom produto. Esta é a nossa audiência, a gente ter qualidade, para que outras plataformas de comunicação, blogs e pessoas na internet, possam reproduzir esse bom material e repassar essa informação.

Então, eu acho que, do ponto de vista de uma empresa de comunicação pública, não se pode ficar preso à questão da audiência. Essa é a crítica que a iniciativa privada faz: "Fecha, porque não tem audiência." Eu falo: "Então, tire o dinheiro de publicidade das grandes empresas, porque elas também não têm".

Então, eu acho o seguinte: não fique escravo do índice de audiência. Embora, na minha opinião - na minha opinião -, tenha de se trabalhar para aumentar a audiência. Eu acho que esse foco de aumentar a audiência a gente não pode perder de perspectiva.

Então, eu parabenizo a EBC por esse trabalho.

Acho também o seguinte: dinheiro público é dinheiro sagrado.

Eu me lembro de que, nas gestões anteriores da EBC, havia uns contratos ali que eram de levantar os fios de cabelo da cabeça. Uns contratos, na minha opinião, errados; caros. Então, eu acho que dinheiro público é um dinheiro sagrado. Tem de haver racionalidade, dentro da perspectiva de se obter aquilo que a Constituição diz, que é a comunicação pública e a informação mais ampla. Agora, a gente não pode jogar dinheiro pelo ralo. Agora, também não se pode, em nome de um orçamento, dinheiro para banco, não sei o quê, fazer cortes primeiro na EBC, porque fecha a EBC.

Então, eu já faço uma pergunta: qual é o orçamento ideal, por exemplo, para uma EBC sadia, para uma EBC que cumpra com seus investimentos, para uma EBC que saia dos 36% de recepção nacional? Chega, se não a uns 90% das empresas privadas e tal... Qual é o índice de...

O senhor falou em R\$440 milhões, sendo que...

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** (*Fora do microfone.*) - São R\$420 milhões.

**O SR. DAVI EMERICH** - São 420....

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** (*Fora do microfone.*) - São R\$440 milhões de receita.

**O SR. DAVI EMERICH** - De receita, sendo que a CFRP entra com R\$200 milhões.

Por exemplo, há um grande movimento das telefônicas, das empresas, para acabar com a CFRP e tirar esse dinheiro. A EBC sobreviveria com isso? Vocês aceitariam que se retirasse esta taxa de R\$200 milhões da CFRP?

Qual é o orçamento ideal e necessário da EBC? É preciso aumentar? São 400 milhões, são 500 milhões, são 600 milhões? Qual é o orçamento ideal para o plano que vocês têm para EBC? Eu gostaria de saber mais ou menos como vocês estão trabalhando isso e também a postura política de vocês em relação à CFRP.

Há outra coisa que eu acho que é importante.

O nosso amigo ali falou em neutralidade. É uma palavra de que eu gosto muito, embora não acredite nela. Eu acho que a última empresa... Há aquele filme, *Cidadão Kane*, em que o ator rasga a linha editorial. Em todas as empresas, a linha editorial é quase que dada. Ou seja: cada empresa tem seus problemas, tem as suas tensões. Então, você tem uma questão geral... Então, ali há um equilíbrio entre a tensão do mercado, a tensão do financiamento, a tensão do interesse público, tal.

Então, eu acho mais é que se deve buscar neutralidade como se fosse um arco-íris, e, no fim do arco-íris, você ter um pote de ouro que você sabe que não alcança, mas você tenta alcançar. Então, na perspectiva da busca, eu acho que é importante.

Agora, nós estamos vivendo um momento muito difícil, um momento de debates ideológicos que chegam a assustar. Chegam a assustar. Há certas colocações - e eu vou falar mais das redes. Eu não vou falar nem de autoridades - que beiram ao fascismo. Que beiram ao fascismo. Nessa questão indígena, nessa questão de terras, isso é um negócio que é de assustar. A EBC, quando fala em neutralidade... Quando se fala, por exemplo, em fazer garimpagem nas terras indígenas... Essa neutralidade vai permitir que, em igualdade de condições, tanto aqueles que defendem os investimentos em terras indígenas como os que criticam os investimentos em terras indígenas vão ter espaço na EBC, em equilíbrio, ou apenas uma parte da chamada sociedade civil pública - obviamente pública -, vai ter opinião, por exemplo, dentro da EBC? É uma coisa que para mim é muito importante, porque a gente tem uma coisa estranha neste momento político do País, porque se fala na construção do novo cidadão contra o chamado marxismo cultural; vamos ficar 50 anos para mudar a mentalidade do povo. Em todo lugar, desde Mao Tsé-tung, na China; Hitler... Toda vez em que se pensou em criar um cidadão novo, deu em fascismo, em regimes arbitrários.

Eu faço uma pergunta direta: a EBC está dentro de um projeto de criar o cidadão novo do Brasil ou a EBC tem compromisso em plasmar, dentro dela, a sociedade civil real que existe no País?

E o Alexandre... Você vai completar, até os seus 38, tranquilos, porque, dependendo do Conselho de Comunicação, você continua.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Agradeço as palavras do Conselheiro Davi. Nós estamos imbuídos exatamente nesse raciocínio.

Como o senhor bem colocou, a nossa expectativa e a nossa perspectiva e o nosso planejamento estratégico estão contando com a CFRP, mas, se lá na frente esse subsídio nos for retirado, nós teremos que rever alguns conceitos e rever novamente o plano estratégico da empresa. Isso pode acontecer a qualquer momento.

E gostaria de, então, pedir, deixar o chefe Roni, que é contra...

Por favor.

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Bom, obrigado pelas perguntas, Conselheiro Davi Emerich.

Parte a parte delas. Então, vamos lá.

Busca pela audiência, não ficar preso: não é realmente a nossa principal preocupação dentro da EBC. A busca da audiência, como o senhor teve a oportunidade de ressaltar, é importante para a gente sim, porque nos dá a certeza do cumprimento da nossa missão. Quando a gente sabe que o cidadão está vendo aquilo que a gente produz, nós temos certeza de que o cidadão... De que nós estamos cumprindo a nossa missão. O sinal está chegando, e ele está assistindo a uma programação que nós consideramos uma programação que vá contribuir para o caráter crítico do cidadão. Na formação. Nós estamos contribuindo para isso. A nossa programação é voltada para isso. Noventa por cento é radiodifusão pública. Dez por cento é divulgação de atos e fatos do Governo Federal.

Então, sim, a busca da audiência não é a nossa principal preocupação, mas ela é um indicador nosso de cumprimento de missão. Então, nós temos preocupação, sim, com ela.

Nós não estamos competindo com os 12 pontos da Globo; nós queremos saber é que estamos chegando à casa do cidadão, que ele está nos assistindo e aquilo... O dinheiro público, como o senhor falou, é sagrado? É. Então, se há um recurso público aplicado numa empresa com uma missão, a gente tem que saber que aquela missão está sendo cumprida, que nós temos razão de existência e que aquela razão de existência está sendo atingida, e a audiência é um indicador para a gente.

O senhor teve oportunidade de abordar um aspecto importante para a gente, de que nós não tínhamos falado até então, que é a EBC como repositório de informações para os outros órgãos de comunicação pública e privada. Vários órgãos, emissoras de televisão, rádios, *web* acessam os nossos *sites* da Agência Brasil, acessam a nossa rede nacional de rádio, acessam a nossa televisão, imagens da nossa televisão, e reproduzem nas suas emissoras. E nós temos um aspecto fundamental nessa busca pela informação dentro da EBC: a credibilidade.

Graziani apresentou ali como valor da empresa, e não por acaso estava como primeiro valor da empresa, a credibilidade. A gente busca a credibilidade. A empresa trabalha pela credibilidade. A gente quer que os outros busquem a informação dentro da EBC. Infelizmente, neste momento nós não temos como mensurar ainda qual é essa busca. A gente sabe quantos acessos tem a nossa rede social, mas a gente, por exemplo, não consegue projetar quantas páginas de *web* fizeram publicação do nosso conteúdo. A gente não consegue verificar, nas rádios do interior que acessaram nosso conteúdo dentro da Rede Nacional de Rádio quantas reproduziram nosso conteúdo.

Agora, os senhores e as senhoras devem ter visto várias vezes na televisão a logomarca da TV Brasil projetada em imagens produzidas por diversas emissoras privadas. Nós somos repositórios. Além da busca pela audiência como um indicador nosso, nós temos essa preocupação de ter a credibilidade de quererem buscar informação, beberem na fonte EBC para

projetar para as outras emissoras. Então, obrigado por essa oportunidade, porque nós não tínhamos falado sobre isso e é um papel estratégico que a EBC desempenha para o País.

Qual o orçamento ideal? - o senhor perguntou. Para esse projeto de expansão de sinal de TV - eu vou ser matemático, um número exato -, TV e rádio, nós precisamos de R\$80 milhões em investimento, em quatro anos. E nós estamos trabalhando nesse sentido.

**O SR. DAVI EMERICH** (*Fora do microfone.*) - De quanto?

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - R\$80 milhões em quatro anos, R\$20 milhões/ano é a nossa projeção. Nós fizemos esse trabalho e, no planejamento que nós fizemos nesse projeto de expansão do sinal, é o que temos de estimativa de recursos. Então, se houver mais aporte, ótimo, senão, nós temos, com o que é disponibilizado de orçamento para a empresa, trabalhar para que a gente consiga destinar pelo menos R\$20 milhões/ano de investimento para esse projeto de expansão de sinal. Então, os números exatos com relação ao orçamento.

Se sobreviveríamos sem a CFRP? Precisariamos ter recurso do Orçamento do Tesouro Nacional. Já acontece assim, porque na realidade a CFRP vai para o Tesouro e parte dela é repassada para a EBC, nas diversas contas que nós temos. Mas também foram projetadas... Diversas emissoras do mundo, todas elas, têm algum tipo de contribuição ou imposto pago pelo cidadão ou por alguma parcela da iniciativa privada para subsidiar a empresa, para subsidiar a empresa, para custear a empresa.

Então, nós necessitamos, sim, da CFRP. Extinta a CFRP, tem-se que buscar outro mecanismo ou dificilmente atingiremos a sustentabilidade, já que a EBC não pode fazer publicidade mercadológica. Nós não podemos ter uma latinha de refrigerante no nosso conteúdo por lei. Pela lei de criação, não se permite que haja arrecadação com publicidade mercadológica, o que limita bastante a nossa captação de receita para a empresa.

Com relação à neutralidade, a EBC se pauta por isso. Já falei: a credibilidade é um dos nossos valores, um dos nossos principais valores. Então, a gente não explora viés "a" ou viés "b". A EBC sempre se tem pautado por narrar fato, apresentar fato. É essa a diretriz que o Graziani passou e que nós recebemos também, inclusive, da própria Secretaria de Governo. Essa é a diretriz pela qual a EBC se tem pautado: a narração de fato. E, sim, a EBC está comprometida com a formação do caráter crítico do cidadão, ou seja, do novo cidadão brasileiro - respondendo à sua pergunta.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - O.k. Obrigado, Chefe Roni.

Presidente.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Conselheiro José Antônio de Jesus.

**O SR. JOSÉ ANTÔNIO DE JESUS DA SILVA** - Bom dia a todos e a todas!

Presidente, eu tinha anotado várias questões, mas há uma questão que me chamou a atenção - vou insistir sobre o Maranhão. É que o Presidente diz que estava com investimento no Maranhão, o Maranhão funcionando e, conversando agora há pouco com os trabalhadores do Maranhão... A empresa está fechada. Na realidade, ela está retransmitindo a programação, e a situação dos trabalhadores não está muito clara. O Presidente diz que está jogando os trabalhadores para outro órgão ainda e tal, e os trabalhadores estão dizendo que há uma situação de humilhação lá: sem fazer nada, sem ter atividade - na realidade é isso.

Eu acho que a gente precisa aqui de deixar muito claro para nós, para a sociedade, para o Conselho, para o Senado mesmo e para os próprios trabalhadores do dia a dia qual é a situação deles, para onde vão, o que vão fazer. Nós estamos vivendo... Desde o início do Governo que vivemos uma situação de incerteza, e nós temos insistido nas conversas com a EBC exatamente para saber o caminho que a EBC estava traçando e que os trabalhadores seguiriam.

Estou insistindo em uma resposta mais clara, Presidente Alexandre, sobre a situação da EBC Maranhão e sobre a situação dos trabalhadores não só do Maranhão, mas de todos os trabalhadores da EBC, e sobre a questão do diálogo com os sindicatos. Acho que a gente precisa também aqui ter claro como está diálogo da EBC com os sindicatos. Além das questões, óbvio, que já foram colocadas aqui, eu vou insistir também, porque não ficou claro para mim depois de conversarmos aqui sobre o porquê de a NBR incorporar a EBC. Para mim, particularmente - os companheiros estavam conversando comigo aqui -, não ficou claro. Então estou insistindo para que a gente entenda muito claramente isso. Uma coisa é a NBR, que era uma empresa estatal, outra coisa é a EBC, que é uma empresa pública de comunicação.

Então, é para a gente ter mais clareza, para a gente ter clareza da situação, além de toda a situação já colocada para os outros membros do Conselho.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - O.k.

Agradeço a pergunta, Conselheiro José Antônio.

Vou responder agora pelo final, como o senhor bem colocou.

Nós, da EBC, quando fizemos a avaliação e a análise de toda a estrutura da EBC, promovemos o seguinte conceito de racionalização e otimização, como bem colocado por todos os diretores aqui do Colegiado.

O fato é que nós percebemos que, quanto à estrutura de São Luís, do Maranhão, é necessário fazermos uma modernização. Inclusive, temos até um projeto de rádio FM para a localidade, com um índice de colaboradores necessário para tocar aquela retransmissora, tanto para transmissões de televisão quanto de rádio FM. Então, estamos trabalhando nesse conceito, diminuindo os custos operacionais daquela retransmissora.

A outra situação é: lá, a EBC herdou, se eu não me engano... Eu vou convocar aqui o nosso diretor administrativo de RH, de recursos humanos, porque, seguindo o nosso olhar de gestão e seguindo a orientação do colegiado - vou pedir para ele dividir uma cadeira... -, ele vai detalhar essa situação dos 106 RJUs - regimes jurídicos únicos - que não são colaboradores da EBC, não são funcionários específicos da EBC, não são concursados, mas que foram herdados de outros organismos, como, por exemplo, Ministério do Planejamento e outros ministérios.

Por favor, Diretor Kazuaki.

**O SR. MÁRCIO KAZUAKI FUSISSAVA** - Bom dia a todos.

Conselheiro José Antônio, em relação à sua pergunta, no tocante especificamente aos nossos colaboradores, nós procuramos, no âmbito do Maranhão, da regional do Maranhão, uma vez deliberado pelo redimensionamento de suas atividades, previamente fazer um plano, sobretudo preocupados com a situação dos colaboradores de lá, de forma que a realocação dessas pessoas e desses empregados fosse feita da forma mais equânime, mais justa e sem maiores percalços, sobretudo para eles.

Em razão disso... Lá nós temos 135 servidores públicos da União, oriundos da extinta Fundação Roquette Pinto, dos quais 106 são servidores e 30, empregados da EBC. Então, foi feito um plano, e, nesse plano, nós fizemos, inicialmente, uma capacitação de todos eles, já visando a essa desmobilização de alguns deles. Ficamos praticamente duas semanas fazendo uma capacitação, uma preparação de todo esse pessoal. Paralelamente, nós fizemos entrevistas pessoais com cada um deles, verificando para onde eles poderiam ir, qual era o desejo deles em relação a uma nova alocação. Paralelamente a esse trabalho de entrevista foi feito um trabalho de acompanhamento com psicólogos e assistentes sociais, para se entender melhor essa situação e prepará-los para esse novo desafio.

Além disso, nós fizemos um trabalho junto ao Ministério da Economia, especificamente junto à Secretaria de Gestão de Pessoas do Ministério da Economia, para tentar compatibilizar o desejo de cada um desses empregados e servidores públicos em termos de nova alocação, para que, dentro das possibilidades, esse desejo fosse compatibilizado e para que o Ministério da Economia pudesse fazer essa nova alocação.

Estamos neste momento também fechando uma parceria com o Instituto Federal de Tecnologia do Maranhão, que vai ocupar uma parte das nossas instalações. Uma parte das instalações que nós não vamos ocupar eles vão ocupar. Estabelecemos com eles uma parceria já em andamento, em fase de acerto de detalhes, e o próprio instituto se comprometeu a absorver boa parte dessa mão de obra. Então, para muitos deles, cerca de 78, não haverá grandes sobressaltos; eles permanecerão não mais vinculados à EBC, mas vinculados ao Instituto Federal.

Então, em termos de acompanhamento, orientação e intermediação junto ao Ministério da Economia para essa nova alocação desses empregados e servidores públicos, essa foi preocupação de primeira ordem do nosso Presidente. Eu, junto com a minha equipe de recursos humanos, estou periodicamente indo ao Maranhão e acompanhando *pari passu* todas essas ações.

É isso.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Presidente, posso fazer uma pergunta complementar em relação ao Maranhão, antes que o Presidente da EBC continue?

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Por favor.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Para que fique bem claro por que é necessário realocar 105 trabalhadores, ou seja, o que vai ser feito no Maranhão? O que haverá de produção de conteúdo local no Maranhão? Para que vai servir, vamos dizer assim, uma geradora no Maranhão para aquele Estado, principalmente para São Luís, dentro desse princípio de regionalização? E pergunto muito claramente: a produção jornalística do Maranhão acaba? Só para ficar bem claro.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Vou responder.

Obrigado pela pergunta, Conselheira Maria José, mas nós estamos trabalhando, como colocado aqui, austeridade e custo operacional. Nós entendemos que uma estação, uma matriz hoje em São Luís do Maranhão, em razão dos resultados e indicadores que estavam sendo propiciados, não condizia mais com a nossa realidade. Então, optamos por deixar São Luís como retransmissora. Estamos mudando o *status* da estação.

Outra situação é: compensa mais enviarmos uma equipe de jornalismo, promover a informação naquela praça do que mantermos todo um estafe de jornalismo naquele ambiente onde o custo operacional é altíssimo? Sai mais em conta promovermos uma equipe volante do que ficarmos sediados naquela cidade.

Outra situação é a seguinte: como bem colocou o Kazuaki, os colaboradores na EBC... Quando eu entrei, fui convidado para trabalhar na EBC, um dos testemunhos dos colaboradores da EBC foi da seguinte forma - do gerente de operações, depois diretor de tecnologia e agora diretor principal: "Graziani, nós ficamos sabendo por portarias. A gente não sabe nem quando é realocado. Quando eu chego para trabalhar, há uma portaria em cima da minha mesa, e a gente é realocado, desligado, realocado para outra área, para outro setor sem a menor satisfação, sem o menor - vamos dizer assim - conceito de responsabilidade e de transparência". Então, atendendo a meu pedido, imbuído do conceito de profissionalismo, pedi ao Diretor de Recursos Humanos... Como temos lá uma quantidade enorme, mais de 70, 80 colaboradores que já passaram da idade de aposentadoria, ano e idade de aposentadoria, que estavam lá jogando dominó debaixo das mangueiras, promovendo ou eventualmente insuflando nosso operacional, concluímos que, profissionalmente, iríamos promover uma situação de devolução desses RJUs a sua origem, porque, principalmente na diminuição de *status* e diminuição e austeridade de custo operacional, não cabiam 106 RJUs sem fazer nada, tomando cafezinho debaixo da mangueira e jogando dominó.

Então, com propriedade, fomos lá, fizemos esse visionamento, constatamos essa realidade, fato acontecido. Eu estive lá para botar aquela estação digital, convivi com aquela situação. Achei realmente inusitado e tive que, de fato, colocar na mesa da Presidência da EBC. Claro que posteriormente virei diretor principal da empresa, e fundamentou e alicerçou mais ainda minha opinião a respeito daquela praça, mas somos um colegiado.

Isso veio mostrar que houve uma preocupação profissional em preparar aquelas pessoas para serem devolvidas ao seu órgão de origem, aos ministérios, aos seus organismos federais. Tratamos desta forma e nós estamos trabalhando exatamente para nos profissionalizar na EBC. Este é o conceito: de responsabilidade, de educação e empatia, de se colocar no lugar do próximo. É disso que o Diretor de Recursos Humanos está imbuído e assim está orientado a fazer.

Obrigado.

**O SR. MÁRCIO KAZUAKI FUSISSAVA** - Apenas um complemento à fala do Presidente: durante todo esse processo, que está em fase final - provavelmente esta semana o Ministério da Economia já deve expedir as portarias realocando essas pessoas -, a gente procurou trabalhar dentro do conceito de transparência, respeito à dignidade das pessoas, dos empregados, dos nossos colaboradores de uma forma geral, e procurando sempre preservá-los, capacitá-los e prepará-los para esses novos desafios.

Sabemos que, para muitos deles, haverá, claro, um novo cenário e novos desafios. E aí a gente procurou exatamente buscar fazer com que eles tivessem essa possibilidade de fazer face a esses novos desafios, com capacitação, preparação, acompanhamento psicológico, acompanhamento de assistente social e acompanhamento direto da direção da empresa. Não coloquei nessa interlocução com eles nenhum interlocutor, a direção da casa definiu que seria feito de forma direta. Por isso mesmo que eu próprio, Diretor de Administração, Finanças e Pessoas, cuidei pessoalmente dessa parte do relacionamento com os empregados e da sua nova alocação, da realocação, em face da decisão de redimensionamento das atividades.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Por favor, Conselheira Maria José.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Eu louvo o esforço que está sendo feito para que esses trabalhadores sejam tratados com respeito, mas também é evidente que houve um problema muito grave em relação à geradora da EBC no Maranhão.

Primeiramente, se algum trabalhador ficou jogando dominó sem trabalhar por muito tempo, houve um grave problema de gestão que não deveria ter ocorrido e não deveria ter permanecido. Então, não podemos responsabilizar os trabalhadores. Além da questão do trabalhador diretamente, é preciso também entender que houve, ao que tudo indica, um sucateamento da praça do Maranhão. Então, se houve um sucateamento da praça do Maranhão, também existem responsáveis por esse sucateamento e é bom que todos conheçam quem são esses responsáveis pelo sucateamento.

E também insisto que compreendo a preocupação da atual gestão em buscar a austeridade administrativo-financeira, mas insisto no que eu disse antes: uma emissora pública tem que ter preocupação com a sua sustentabilidade financeira, mas ela tem que ter a preocupação primeira de manter a sua função pública. E aí, eu creio que o Maranhão e a sociedade maranhense perdem, por exemplo, com a extinção do jornalismo da EBC no Maranhão, porque é uma fonte de informação

importante, certamente contribuía para a diversidade e pluralidade de informação no Maranhão, e a sociedade infelizmente vai ficar sem esse recurso. Então, só temos que infelizmente lamentar o que está ocorrendo no Maranhão.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Obrigado, Conselheira.

Conselheiro José Antônio.

**O SR. JOSÉ ANTÔNIO DE JESUS DA SILVA** - Presidente, são umas perguntinhas muito rápidas por causa do nosso horário, sei que nós estamos já em muito adiantada hora.

A EBC tinha 2,4 mil funcionários no seu quadro e mais de 400 comissionados. O que mudou? Pergunta um.

A realocação desses profissionais será feita em veículo de comunicação?

A EBC fez um levantamento sobre o impacto dessa decisão na grade da EBC, na grade da TV Brasil?

O que está sendo feito com os trabalhadores do Maranhão? Foi falado que a EBC estava devolvendo os trabalhadores no Regime Jurídico, e os demais? Nós estamos falando aqui do Regime Jurídico, daqueles que são concursados, do Regime Único; e com aqueles que não são do Regime Único o que vai acontecer?

O que o Presidente considera como cabide de emprego?

O que foi feito para diminuir o impacto da TV cabide de emprego, como mencionado pelo Presidente?

A EBC tem o Governo Federal como parceiro, como fica a autonomia?

São perguntas que a gente gostaria muito de ouvir... A sociedade brasileira precisa saber e os trabalhadores que estão lá no dia a dia precisam entender isso mesmo para poderem trabalhar com mais com mais tranquilidade para poderem produzir.

E há uma pergunta que me fizeram agora e eu fiquei pensando se eu faria ou não. A EBC tem medo de perder o parceiro, que seria o Governo Federal? Eu fiquei pensando se eu ia perguntar, mas eu acho que é importante a gente ouvir do Presidente para saber sobre a autonomia de fato, se a EBC tem medo de perder o parceiro, o Governo Federal.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Presidente.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Obrigado pela contribuição, Conselheiro José Antônio.

Medo nós não temos. Nós queremos mostrar que, a partir do momento em que a situação se apresenta, em que o contexto se apresenta, seja ele político, econômico e administrativo no País, vamos tentar nos adaptar da melhor maneira possível.

Respondendo a outra pergunta sua quanto ao cabide de emprego, vou resumir para você: eram 2.529 colaboradores; hoje, são 1.961. Não é que esse enxugamento venha a significar muita coisa, mas o impacto no erário da EBC foi bastante. Nós estamos tentando promover austeridade também e profissionalismo dentro da empresa, com profissionais multifuncionais, com profissionais que consigam trabalhar no momento contemporâneo. Não há somente aquele que grampeia e aquele que atende o telefone; ele vai ter que fazer as duas atividades.

Com relação a outras perguntas, eu posso deixá-las para o Diretor Administrativo de Recursos Humanos.

Por favor.

**O SR. MÁRCIO KAZUAKI FUSISSAVA** - Em relação aos empregados da EBC, não aos servidores públicos, a primeira opção que foi colocada para eles também é a de eles participarem de todo esse processo. Assim como os servidores públicos, eles participaram do processo de capacitação, de entrevistas, de acompanhamento psicológico e de assistência social. Foi colocada para eles uma situação diferente. No caso deles, houve a opção de serem movimentados para Brasília, para o Rio de Janeiro ou para São Paulo, e alguns deles optaram por essa linha. Para aqueles que, por outros motivos, não desejarem essa opção, há a possibilidade de irem para outro órgão no âmbito do Maranhão. Isso também nós procuramos fazer. Também estamos fazendo isso para procurar facilitar essa intermediação junto a esses órgãos e ao Ministério da Economia.

Há um detalhe importante, apenas para complementar, Conselheiro José Antônio: todo esse processo de realocação dessas pessoas, esse processo todo, que se iniciou cerca de dois ou três meses atrás, foi acompanhado *pari passu* pelas entidades sindicais, não foi um movimento unilateral da empresa. Então, houve uma conversa com a comissão de empregados e com as entidades sindicais de Brasília e do Maranhão. E, também no caso dos servidores públicos do Maranhão, tive a oportunidade de expor, de explanar longamente todo esse processo para a Presidente do Sindicato dos Servidores Públicos do Maranhão, em audiência com ela, e ela entendeu perfeitamente a nossa situação. Então, quero só dizer que essa interlocução foi feita junto com as entidades sindicais para promover transparência, para promover lisura nas ações que estávamos e estamos empreendendo.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Obrigado.

Eu passo a palavra para o Conselheiro Murillo de Aragão.

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Eu posso complementar?

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Por favor!

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Há só algumas questões rápidas para responder para o Conselheiro José Antônio.

O número passou de 2.500 para 1.920. A saída do pessoal se deu por Plano de Demissão Voluntária. Que fique bem claro isso! Isso também foi feito nos cargos comissionados. Cerca de 80 cargos comissionados foram extintos. Hoje a empresa conta com algo em torno de 350 cargos comissionados, se eu não me engano - não tenho esse número exato -, sendo que menos de 70 - se eu não me engano, o número exato é de 64 - são de livre provimento, ou seja, aqueles que não são empregados da casa. Então, está alinhado com aquilo que o Graziani falou, que a prioridade é dada para o empregado. Então, só 64 não são empregados da casa.

Com relação ao sucateamento, que foi colocado também aqui, falaram sobre isso, realmente o nosso parque tecnológico já passou da hora de ser modernizado; tem que ser atualizado e ser modernizado. Isso faz parte daquele pacote da ampliação do alcance do sinal que nós temos que fazer não só no Maranhão; isso é parte de uma perspectiva para o Brasil inteiro que nós temos que fazer.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Obrigado, Diretor.

Eu passo a palavra para o Conselheiro Murillo Aragão, Presidente do Conselho.

**O SR. MURILLO DE ARAGÃO** - Obrigado, Presidente.

Eu gostaria de fazer uma pergunta baseada no fato de que nós, como País, temos uma histórica deficiência em divulgar o Brasil e os seus eventos na mídia internacional. É uma presença pífia. E não há nenhuma presença, pelo menos nos canais a cabo do mundo, de uma televisão ou de um canal brasileiro de notícias, e isso num momento ou numa situação em que China, Japão, Coreia, Alemanha, Itália, Portugal, Espanha, França, Rússia e Turquia, pelo menos, têm noticiários em inglês sobre os seus respectivos países. Tal preocupação existiu, pelo que eu soube, por parte do Embaixador Parola, que foi Presidente da EBC antes da sua gestão, Presidente. E eu gostaria de saber se a atual gestão se preocupa com essa situação e se tem intenções de produzir um noticiário em inglês que seja divulgado no mundo.

Essa é minha pergunta, Presidente Graziani.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Obrigado, Conselheiro Murillo.

De fato, é nosso intento promover esse tipo de jornalismo em várias línguas. Para quem conseguiu escutar ondas curtas, no legado que nós herdamos, que a EBC herdou da antiga Radiobrás, nós temos a estação do Rodeador, que antes transmitia em seis frequências de ondas curtas A Voz do Brasil em várias línguas, inclusive jornalismo em várias línguas, uma delas era o inglês. E nós estamos agora - como bem colocou, e faço quórum às palavras da Conselheira Maria José -, nós pegamos, como bem colocou o nosso Diretor-Geral, o Chefe Roni, um parque muito desatualizado e defasado, com alguns equipamentos já rumo à obsolescência, e a grande maioria analógica. Nós estamos tentando modernizar com um diminuto orçamento empenhado, estamos tentando fazer mais com menos. São palavras e a nossa ideia-força. Mas é o nosso intento promover exatamente isso, inclusive nas páginas da *web*. A nossa Agência Brasil é um carro-chefe, e todo o organismo de *web* bebe daquela fonte. Inclusive nós estamos tentando promover uma inteligência artificial para levantar os indicadores, Presidente, de quem está bebendo dessa fonte. Logo, logo, vamos saber quem está dando Ctrl C e Ctrl V, apenas mudando uma palavrinha e dizendo que foram eles que deram. A EBC não produz *fake news*, ela é fonte oficial e dá assertividade, gostaria de ressaltar e salientar isso.

Muito obrigado, Conselheiro Murillo.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Respondido, Conselheiro?

*(Intervenções fora do microfone.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Eu pergunto...

Ah! Conselheira

**A SRA. SONIA SANTANA** - Muito boa tarde.

Queria uma informação, uma resposta a respeito. Uma TV pública não é somente jornalismo, tem a produção de conteúdo local. Com a extinção desse núcleo de produção no Maranhão, como ficam as questões de produção de eventos, da própria história do Estado e do Nordeste inteiro, visto que se está fechando esse núcleo? Porque eu discordo um pouco, como

produtora, de que é mais barato você mandar equipes. Enviar uma equipe com duas pessoas realmente é barato, mas uma equipe que mantém uma estrutura e possa trazer a informação e o conhecimento das realidades locais e do seu entorno é muito mais caro do que realmente fechar simplesmente.

Há meios de isso ser mais viável economicamente, na medida em que os equipamentos demandam menores estruturas e menores espaços. Então, deixo uma preocupação realmente com o nível da produção de conteúdo local não apenas jornalístico. Gostaria de saber como vocês encaram essa questão de manter a produção audiovisual, que nós também compramos via BBC, via várias outras TVs públicas e que agrega muita qualidade, agrega muita informação. Gostaria dessa resposta.

Muito obrigada.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - O.k. Obrigado, Conselheira.

De fato, nós não estamos fechando a regional São Luís, nós estamos reestruturando para *status* de retransmissora. Entendemos que o custo operacional é alto e nós promovemos as equipes volantes; elas cobrem todo o País e promovem a transmissão de grandes eventos regionais, enfatizando a regionalização de cada região.

Mas gostaria de deixar com propriedade o nosso diretor da Dicop para dar alguns exemplos da nossa programação e dos programas regionalizados que estão sendo exibidos.

Por favor, Vancarlos.

**O SR. VANCARLOS ALVES** - Conselheira Sonia, muito obrigado pela contribuição.

Ela abre para a gente falar um pouco de uma diferença grande da programação da TV Brasil, da rede, principalmente a Rede Nacional de Comunicação Pública. Talvez sejamos a única rede que não é um caminho apenas de ida em matéria de conteúdo, especialmente o conteúdo artístico. Realmente, nós promovemos esses conteúdos produzidos localmente, regionais, na grade nacional. Então, o Maranhão continuará sendo assistido, assim como todo o Nordeste, o Norte, todas as Regiões do País.

Hoje nós temos constituídas parcerias no Nordeste... Na verdade, em todas as regiões, mas para usar o exemplo que a senhora citou, no Nordeste a gente tem a TV Pernambuco e a TVE Bahia, que são grandes produtoras de conteúdo e que também abastecem essa grade nacional.

Então, o conteúdo artístico... E a praça Maranhão contribuía muito com o conteúdo jornalístico, era basicamente jornalístico; então, até para acalmá-la, quanto à produção audiovisual, esses conteúdos continuarão sendo contemplados na grade nacional.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Algum Conselheiro gostaria de se manifestar? (*Pausa.*)

Então, eu gostaria de agradecer a presença do Presidente e de toda Diretoria da EBC e de afirmar que foi muito importante para o Conselho. Era uma preocupação do Conselho de Comunicação Social o que estava acontecendo com a empresa pública de comunicação que temos no País e que se quer pública em todo o amplo conceito.

Creio que - não só em meu nome, falo também em nome do Conselho - ficamos satisfeitos com as respostas que foram apresentadas pelos senhores.

Agradeço a presença.

**O SR. ALEXANDRE HENRIQUE GRAZIANI JÚNIOR** - Obrigado a todos. (*Palmas.*)

Agradeço ao seletor comitê. Para nós é sempre saudável... Para mim é sempre um aprendizado, e estou aprendendo bastante na EBC. Sempre aprendi na iniciativa privada e agora estou aprendendo mais ainda, e é com um grupo, com uma equipe, de relevância, com essa equipe multidisciplinar da EBC. Acho que os senhores vão gostar dos futuros resultados.

Muito obrigado.

Alguém tem mais alguma colocação?

Chefe Roni.

**O SR. RONI BAKSYS PINTO** - Também gostaria de agradecer muito a oportunidade que vocês nos deram de discutir a empresa. Isso é fundamental. A nossa mensagem é de otimismo com relação à empresa, com os resultados que nós podemos conquistar, com o nosso orçamento ser sustentável, com a empresa se tornar sustentável e apresentar resultados diferentes para ela.

Então, muito obrigado.

A TV não é traço mais, a TV já tem um resultado considerável. Que a gente coloque isso,3 que é importante para a gente. Assim como nossas rádios e nossa *web*, todos os nossos veículos são foco de atenção da empresa.

Muito obrigado a todos.

**O SR. PRESIDENTE** (Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira) - Obrigado, Diretor Roni.

Eu declaro, então, encerrada esta audiência e suspendo esta reunião até as 14 horas.

Obrigado.

*(Suspensa às 12 horas e 09 minutos, a reunião é reaberta às 14 horas e 09 minutos.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Boa tarde a todos.

Convido para compor a Mesa o Presidente do Conar, João Luiz Faria Netto, e a Conselheira Patrícia Blanco, que propôs a realização desta audiência. *(Pausa.)*

Item 2 da pauta: audiência sobre educação midiática, com o Presidente do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, João Luiz Faria Netto.

Passo a palavra, inicialmente, à Conselheira Patrícia Blanco para informar o objetivo da audiência e relatar o trabalho do Conselho de Comunicação Social no tema da educação midiática.

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Sr. Presidente; Dr. João; Conselheiros e Conselheiras, boa tarde.

Primeiro, quero agradecer a oportunidade pela realização desta audiência pública e agradecer também a presença do Dr. João, Presidente do Conar, órgão de autorregulamentação publicitária que tanto nos inspira na - como posso dizer? Não quero falar a palavra "controle" - atuação do mercado publicitário de forma tão efetiva como tem sido o Conar desde a sua fundação.

Como todos sabem, eu fiz aqui a apresentação do programa: o Instituto Palavra Aberta lançou, no final de junho deste ano, o programa de educação midiática que trata de questões referentes a fazer com que a criança e o adolescente passem a desenvolver, dentro da sala de aula, atividades que possam garantir a habilidade de ler, interpretar e participar ativamente do mundo da comunicação, deste mundo midiático em que vivemos.

A educação midiática foi incluída na Base Nacional Comum Curricular - na nova Base Nacional Comum Curricular - na revisão que houve no ano passado. Foi homologada em agosto do ano passado e trouxe uma nova oportunidade para que a gente possa tratar de assuntos que são tão relevantes para as questões de liberdade de expressão.

Hoje o mundo informacional está inundado de desinformação, e a criança não consegue diferenciar conteúdos, inclusive o conteúdo publicitário, Dr. João, e por isso nos honra muito a sua presença. E o Conselho de Comunicação Social, já há algum tempo, vem trabalhando nesta questão da educação midiática.

Nós já recebemos aqui o Sr. Alton Grizzle, que é o Coordenador-Geral do Gapmil (Global Alliance for Partnerships on Media and Information Literacy), da Unesco, que esteve aqui conosco numa apresentação contando do projeto da Unesco. A Unesco tem tido um trabalho muito forte e se empenhado muito nessa questão da educação midiática. A educação midiática é a necessidade de criar um ambiente informacional saudável, e isso não é restrito ao Brasil, é hoje um desafio mundial perante as novas tecnologias e a forma como como crianças e adolescentes principalmente se comunicam, consomem e produzem informação ao mesmo tempo.

Então, este Conselho tem se debruçado sobre esse tema, já com audiências públicas e trazendo sempre a preocupação de fazer com que, a partir do momento em que a criança e adolescente possam ter essa habilidade, essa competência de se colocar ativamente no mundo informacional, possam exercer bem a sua liberdade de expressão, com ética e responsabilidade, como tem sido muito bem colocado pelo Conar há tantos anos.

Então, tê-lo aqui conosco é uma honra. Agradeço muito e espero que todos aqui possam até tirar dúvidas em relação ao papel do Conar, como o Conar participa ativamente desse processo de educação midiática, na medida em que ajuda o mercado, ajuda o setor de comunicação a se colocar perante a sociedade neste mundo informacional.

Muito obrigada.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Obrigado, Conselheira.

Antes de ouvir a palavra do Presidente do Conar, João Luiz Faria Netto, eu gostaria de dizer que tive a honra de ser conselheiro do Conar, de ter participado do funcionamento do conselho e da importância do Conar para a educação - muito mais do que o controle - do mundo da publicidade, do mundo da mídia para a boa publicidade, para a responsabilidade do anunciante, para a responsabilidade das agências e para a responsabilidade dos veículos perante a sociedade, no sentido

de que a publicidade venha a prestar um serviço, como presta, de informação à sociedade, ampliação e dinamização dos negócios. Então, o Conar tem um papel muito relevante. Eu tive a honra de participar, por um período, como conselheiro, e muito me orgulho dessa experiência. Então, é um prazer tê-lo aqui. Muito obrigado.

Passo a palavra ao Presidente João Luiz Faria Netto.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Sr. Presidente, para mim é uma honra participar de uma reunião presidida por alguém que eu conheço há mais de 40 anos e que reconheço como uma das pessoas que mais trabalharam para a liberdade de expressão num determinado momento muito triste deste País e para dar uma experiência desses 40 anos de uma instituição que foi criada num momento muito especial.

O Conar está fazendo 40 anos e foi criado como uma resposta a uma tentativa equivocada que se fazia nos estertores do período militar para transformar a criação de uma autarquia nacional, que funcionaria em Brasília, para controle dos anúncios. Era um momento muito característico da política brasileira, porque se estava substituindo os sensores que ficavam nas redações pela censura que seria feita através da economia dos veículos de comunicação.

Eu vim participar, representando a ANJ e representando os jornais brasileiros, de uma reunião no gabinete do então Ministro da Indústria e Comércio, na qual foi lido o decreto de criação da autarquia e estabelecidas as regras de funcionamento e a forma de atuação.

Coube a mim dizer a ele que era a primeira vez que a gente ia dizer não para o Governo e que a gente preferia criar uma entidade privada que cuidaria da autorregulamentação. Encerramos uma reunião e foi criada uma entidade. Em 48 horas, estava registrada, estava criada e começou a funcionar.

Há uma história também que é interessante, porque dá muito um sentido de como começava a se mostrar ao mundo como eram as provas da globalização de ideias e de pensamentos, etc. O primeiro código... O Código de Autorregulamentação Publicitária não é de origem brasileira, é uma tradução adaptada, amorenada do código inglês. Curiosamente, um país de princípios não escritos mantinha, há 48 anos, um código que cuidava de publicidade, num país cuja transmissão, especialmente da área eletrônica, era basicamente feita através do Estado. Mas eles tinham - e têm ainda - um sistema de autocontrole, e isso foi adaptado, foi brasileiro, foi amenizado em algumas coisas para se adaptar a uma comunidade de consumo que ainda não tinha aquela velocidade inglesa, e se começou a realizar.

Basicamente o que ele faz? O Conar não censura nada. Quer dizer, nada é censurado pelo Conar, ele não tem nenhuma expectativa de impedir que se veja. Ele recebe queixas de consumidor, ele recebe queixas de órgãos públicos, ele recebe queixa dos próprios anunciantes, instaura um processo, admite o contraditório, estabelece um rito processual veloz, que permita uma resposta mais rápida para a sociedade, e permite um julgamento feito através de câmaras. Hoje conta com sete câmaras, localizadas três em São Paulo, que é o maior mercado brasileiro, uma no Rio de Janeiro, uma em Brasília, uma em Recife e outra em Porto Alegre.

Essas câmaras contam ao todo com 180 conselheiros, todos eles de trabalho *pro bono*, que é um trabalho meritório, com presença superior a 80% em todas as câmaras, e trabalham funcionando dentro de um calendário anual. Não há nenhum processo que não seja julgado com prazo superior a 40 dias, havendo uma possibilidade de aqueles que tenham mais possibilidade de gravame quanto ao consumidor ou quanto às boas normas, etc., serem tirados do ar, serem recomendados para serem vetados num prazo de 48 horas, através de decisões liminares.

O Conar já recebeu, nesses 40 anos, 10.024 processos. Isso se completou na semana passada. Nós completamos 10 mil processos resolvidos. Não tivemos... Tivemos dois questionamentos judiciais - os dois foram revertidos em favor do Conar - e nunca tivemos nenhum veículo de comunicação que se recusasse a cumprir determinações do Conar, salvo um caso de uma rede de televisão que estava nos estertores e, no final, estava em crise financeira profunda e aceitou uma publicidade de bebida alcoólica na parte da tarde, o que não respeitou a decisão do Conar. Essa decisão foi retirada pelo anunciante depois, entendendo que devia se defender no Conar antes de colocar.

É um processo que funciona; funciona bem. Tem uma ligação hoje com o exterior através de uma entidade internacional que funciona com base em Paris e que reúne os Estados Unidos e toda a Europa, e agora pegando parte da Ásia também. Funciona como centro de informação e de troca de experiências, quer dizer, não há nenhum compromisso de cumprimento de nenhuma decisão exterior ou nenhuma imposição de colocação de nenhuma regra que venha do exterior, mas serve para alertar sobre aquilo que está acontecendo e está sendo reclamado no mundo.

Nós entendemos que a publicidade faz parte da história da humanidade. Ela nasceu possivelmente nos primeiros movimentos religiosos. Nada mais característico do que a primeira logomarca ser representada por uma cruz, ou a primeira pesquisa de mercado ser feita pela confissão auricular que o catolicismo fez. Nós sabemos que propagar é extremamente importante desde a existência das comunidades primárias do homem. E temos certeza de que ela se agrava e acrescenta

quando a *paideia* grega se transforma nessa *paideia* eletrônica, na qual a ubiquidade atinge a 2 ou 3 bilhões de pessoas através das mensagens transmitidas via computação.

É extremamente importante que esta Comissão esteja discutindo os problemas relacionados com a falsidade da informação que vem sobre o princípio das redes de instalação, porque nós também no Conar sentimos o lado bom e o lado ruim das redes sociais.

Eu vou, primeiro, representar o lado bom.

Havia uma dificuldade profunda do Conar, da reclamação do consumidor brasileiro quanto à publicidade. Curiosamente, até as pesquisas de opinião demonstram isto: que a população brasileira gosta da publicidade. Ela sente falta da publicidade, inclusive nos veículos de transmissão eletrônica. Isso está comprovado através de algumas pesquisas realizadas para se saber o alcance da publicidade como negócio. E havia muita dificuldade porque não se reclamava quanto aos anúncios.

Na formulação dos estatutos do Conar, para evitar a concorrência desleal, o uso como mecanismo de concorrência desleal, de ataque à concorrência, estabeleceu-se o velho princípio da ação popular do antigo Código Civil, estabelecendo que sete pessoas comuns do povo seriam necessárias para o ajuizamento de uma ação popular. Então, nós imitamos isso. Infelizmente, apenas duas vezes em 40 anos o Conar recebeu alguma denúncia que contasse com sete consumidores. Essas duas denúncias, infelizmente, eram denúncias forjadas, eram denúncias feitas por empresas concorrentes que haviam recrutado sete pessoas que assinaram as duas petições, quer dizer, sete diferentes pessoas assinaram duas petições.

Hoje a internet nos resolveu esse problema, porque mais de 80% das reclamações que chegam ao Conar chegam através da internet, chegam através de *e-mail*. Ao mesmo tempo, gerou outra preocupação profundamente grande, especialmente quando se trata dos influenciadores, contra os quais eu não tenho absolutamente nada, cada um usa o seu talento e deve ter a liberdade de fazer aquilo que deseja fazer, mas ocorre que nesse campo sem regulamentação, sem princípio de regulamentação ou de controle, os abusos vêm sendo mais ou menos repetitivos. Isso obriga o Conar a abrir cerca de 20 ou 30 processos mensais contra influenciadores. A boa notícia é que esses influenciadores têm acatado as decisões do Conar e têm feito as alterações, num processo que eu considero didático, porque estão aprendendo também a respeitar o Código de Defesa do Consumidor, a respeitar a legislação civil, a respeitar a legislação que cuida de menores, passando a ter maior cuidado naquilo que está sendo transmitido. Então, é também um processo de fazer e de construir.

Eu creio que a publicidade pode ajudar a entender o que está acontecendo com as palavras. Eu gosto muito de citar um exemplo da realidade da história brasileira. As intrigas, as ofensas via meio de comunicação não são fato novo nem nasceram com a internet. Existia uma figura histórica no Brasil chamado "o homem de papel", que foi muito usado na primeira quadra do século XX, que era alguém que se vendia para ofender terceiros. Então, ele era aquele cara que vendia serviços de ofensa. Os jornais publicavam a pedido e saía uma matéria ofensiva a alguém. Naquela época, nos primórdios do antigo Código Penal, a legislação que cuidava das ofensas, da injúria e difamação, exigia um júri popular de julgamento, como exigia para as ações também de economia popular, e esses homens de papel, alguns até famosos, passavam a enfrentar o júri popular, alguns deles condenados que responderam pena, mas era uma experiência que vinha daí. E a história mostra que, culturalmente, não há como evitar que surjam a maledicência ou o crime de opinião através dos meios de comunicação, muito mais facilmente quando há ubiquidade, quando há multiplicidade de ofertas de canais para serem executados.

Eu creio, com a minha experiência de Conar, de publicidade, que a melhor forma seria também a autorregulamentação, mas não autorregulamentação do tipo de controle de publicidade. As próprias estradas, as empresas de tecnologia que são responsáveis pelas estradas da internet deveriam se autorregulamentar para ter um sistema de controle e de autocontrole nos quais identificasse primeiro aquilo que era institucional, quer dizer, aquilo que estava sendo divulgado institucionalmente através dos robôs que funcionam como multiplicadores, esses deveriam ter uma atenção especial para análise de conteúdo, e que se respeitasse a opinião geral de cada um individualmente, até daqueles que, por razões que cada um tem a sua, exagerem na forma de dizer.

Eu acho que o sol da liberdade é o melhor remédio para qualquer tipo de problema que se tenha, especialmente quando se trata de comunicação social.

Sr. Presidente, é o que tenho a dizer.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Muito obrigado.

Eu abro a palavra agora aos Conselheiros que queiram se manifestar.

Conselheiro João Camilo.

**O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR** - Presidente João, sou João Camilo, represento a Abratel aqui. Nós acompanhamos o trabalho do Conar há muito tempo.

Em primeiro lugar, eu gostaria de agradecer - eu sei que o Presidente já o fez, mas quero agradecer - a sua participação, a sua vinda, e queria registrar um elogio, porque eu acho que o Conar é um grande *case* de sucesso para este País e para o mundo em relação à questão da autorregulamentação, funciona muito bem, inclusive, em todos os lugares em que a gente senta para falar a respeito de regulamentação e de autorregulamentação, nós citamos o Conar como um *case* de sucesso.

Mas eu queria fazer um questionamento para o senhor. Há algumas semanas, recentemente, o Cenp emitiu uma nota, um parecer, colocando os conglomerados de comunicação digital, considerando-os como veículo de comunicação social, e eu gostaria de saber se o Conar tem alguma intenção e se vocês veriam como salutar, como importante esse registro de que esses conglomerados são, sim, veículos de comunicação e que precisam, mesmo que seja de uma autorregulamentação, de uma regulamentação sim, por conta dessa discrepância e dessa assimetria regulatória hoje entre os veículos de comunicação profissionais, como o rádio, a televisão, o jornal, a revista, e esses veículos de comunicação ditos digitais que processam informações de redes sociais, veículos de relacionamento. Eu queria saber como o senhor enxerga essa situação e se existe essa possibilidade, um estudo do Conar, em relação a fazer essa consideração, assim como o Cenp fez, de considerá-los como veículo de comunicação social.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Deixe-me só voltar um pouquinho no veículo de comunicação. Em realidade, o Cenp não considerou veículo de comunicação, ele considerou veículo de divulgação. É o que a Lei 4.680, se não me engano, no art. 13, fala: que o Estado delegou ao mercado reconhecer o que é veículo de divulgação, e não de comunicação. Comunicação implica a existência de conteúdo editorial. Eu não diria que uma empresa de internet tenha conteúdo editorial, algumas podem até ter, mas não creio que todas elas tenham. Mas elas são como o *outdoor* antigo, elas são veículos de divulgação, elas divulgam alguma coisa. No caso de divulgar, quando divulgam anúncio, elas respondem ao Conar. E nós consideramos até o influenciador como veículo de divulgação; mais do que isso, nós consideramos como veículo de divulgação os meninos do Rio Grande do Norte que cantam na rua profissionalmente anunciando produtos, porque eles são uma forma de veículo de divulgação, como o alto-falante da cidade do interior. Aquele que divulga alguma coisa é veículo de divulgação, sem dúvida nenhuma. Acho que é preciso que se reconheça isso e que se tenha a clareza para poder discutir os conteúdos das coisas todas. Por exemplo, alguns veículos de divulgação, com a nova tecnologia estão usando as ruas para fazer quase comunicação. O sistema *out of home* é quase isso. Ainda não tem som, mas é quase isso. Também tem que ter algum tipo de regulamentação, talvez para não dispersão, ou para respeito à criança, para estabelecer horário, etc. E nós controlamos, e também acatamos e aceitamos reclamações. Julgamos e eles acatam.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Conselheira Maria José, por favor.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Boa tarde, Sr. João Luiz! Mais uma vez, como Conselheira, também agradeço ao senhor por ter atendido ao convite do Conselho.

Eu tenho duas questões: uma bem objetiva, que espero que o senhor possa nos informar, até para a gente poder continuar conversando; e uma outra questão mais de cunho conceitual, que também espero que o senhor possa responder.

A mais objetiva, se o senhor tiver esse dado: quais são as reclamações mais comuns vindas do cidadão, ou seja, da sociedade civil? A sociedade civil brasileira reclama do que da propaganda? O senhor disse que o brasileiro gosta de propaganda. Eu falo por mim: eu gosto. Eu não mudo de canal quando vem a propaganda. Eu gosto de ver e acho que a propaganda brasileira, no geral, tem qualidade técnica, é bem pensada, é bem criativa. Mas a curiosidade é exatamente sobre o que incomoda o brasileiro médio e o que o faz se dirigir ao Conar.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Posso responder essa e você faz a outra?

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Pode, se o senhor preferir.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Fica mais fácil.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Pode ser.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Vamos lá. Quantidade do ano de 2018: foram 2.270 queixas até o ano passado. Dessas queixas: apresentação verdadeira, 40,5%. O que é isso? Essa não é a queixa de consumidor. É muito mais que a gente identifica, é publicidade que não está identificada como publicidade. Então, houve um número bastante acentuado disso. Isso pega muito também por causa da internet, o influenciador tem muito peso nisso aqui. Ele faz alguma coisa que ele diz: "olha, esse chocolate aqui é muito gostoso". Mas não está dizendo que aquilo é publicidade, nem tem a marca dizendo que é publicidade. Não está alertando aquele que está vendo para dizer: isto é publicidade.

Adequação às leis: 14,2%. Bebidas alcoólicas: 12,3%. Respeitabilidade: 10,8%. Isso aí é moral e bons costumes. É difícil de a gente mensurar onde há gravidade ou não. A gente tem que pensar o seguinte: o que faz a moral é o tempo, é a época em que a gente vive.

Responsabilidade social: 6,6%. Responsabilidade social entra muito em um campo de excesso de velocidade, de não pensar no que isso pode gerar de repetição. E cuidados com o público infantil: 6,4%.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - A resposta do senhor já ajuda na minha...

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - É sempre bom ter números.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - ... na minha questão seguinte, que eu tinha colocado como mais conceitual, mas os próprios números que o senhor apresenta dizem que não são tão conceituais assim.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Esses são os números que eu recebo. Não estou fazendo estatística de realidade, não.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Eu ia perguntar exatamente - apesar de não haver nada especificado na legislação brasileira - como é que o Conar discute internamente a questão da publicidade dirigida ao público infantil e da publicidade de bebidas alcoólicas, que apesar de serem - vamos dizer assim - produtos com consumo livre, todo mundo sabe do impacto social que as drogas lícitas têm, inclusive para o sistema de saúde brasileiro. São essas duas questões.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Nós temos uma preocupação grande com publicidade infantil, e seguindo, evidentemente, todas as regras que estão na legislação, no Estatuto da Criança e do Adolescente. Há muitas queixas, até de organismos públicos que mandam para a gente para retirar do ar quando há caminhos que possam ferir... Temos no código algumas preocupações. Por exemplo, é vedada a publicidade dirigida à criança. Não se pode falar em publicidade dirigida à criança. Segundo, não se pode usar criança para fazer anúncio de coisas que criança não pode consumir, ou seja, produtos que tenham algum efeito negativo. Terceiro, não se pode usar criança em anúncios adultos que possam também caracterizar, fazer mimetismo para prejudicar a criação. Há uma série de regras que cobre isso aí.

Publicidade de bebidas alcoólicas: há um anexo exclusivo de bebidas alcoólicas que tem sido atualizado ao longo do tempo. Tem como base a legislação que cuida da bebida alcoólica, que regula o 220 da Constituição, com alguns gravames. Por exemplo, quem estabeleceu que publicidade de bebidas alcoólicas é só depois das 21h foi o Conar; quem estabeleceu que não se pode consumir em filme publicitário foi o Conar. Por exemplo, cerveja. Menor de 18 anos não pode nem participar dos anúncios relacionados com bebida alcoólica. Não é quem tenha 18, não. É quem aparenta ter.

Vou contar uma história ótima para vocês: o Pablo Vittar estava anunciando uma cerveja e houve uma denúncia contra ele participar porque ele tinha menos de 18 anos. A certidão dele, que ele apresentava ou que ele falava, estava errada, estava enganada. Ele tinha 23 ou 26 anos, e podia fazer. Mas nós abrimos um processo contra ele. Então, tem que ter a aparência. O que não se quer é fazer da bebida uma brincadeira, que não é. Bebida é uma coisa muito séria e muito grave.

Periodicamente, discutem-se as formas de alterar a regulamentação para saber o que está acontecendo para poder impulsionar de alguma forma, melhorar a relação. O que nós não queremos é que seja proibido, porque proibir é pior. A Rússia proíbe e hoje tem um milhão de bêbados na rua. Então, não adianta.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Conselheira Patrícia Blanco, por favor.

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Eu queria só esclarecer ou até questionar em relação à questão, de novo, do influenciador, ou da identificação da publicidade.

Dr. João, como o Conar tem se colocado nessa questão? Hoje, com o advento do *smartphone*, o que a gente tem visto é essa mescla de conteúdo em que é muito difícil você diferenciar os conteúdos. Então, a identificação da publicidade se faz muito importante. Como o Conar tem se colocado perante esses novos agentes do mundo publicitário, que são os influenciadores, até para que eles nos possam nos ajudar nesse processo de identificação da publicidade, para que ajude o consumidor a detectar o que é um *post* patrocinado, o que é uma publicidade oculta, o que é um *post* de um influenciador que coloca e que é patrocinado por aquela marca? Como o Conar tem se colocado nesse sentido?

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Publicidade tem que ser caracterizada como publicidade. Esse é o princípio.

As redes sociais começaram a apresentar na tela alguns indicadores de que se tratava de publicidade, mas são indicadores muito difíceis de serem identificados e muito tênues.

O que nós fizemos? Nós fizemos um grupo de trabalho com alguns especialistas, gente da casa e fora da casa, inclusive das redes sociais, que estão discutindo uma regulamentação específica para isso. Espero que, em 30 dias, a gente tenha uma decisão formal sobre isso, quer dizer, oficial sobre isso, para poder ter mais identificação.

Eu concordo plenamente com você que é muito perigoso. Eu não vou citar os nomes aqui, mas tivemos, por exemplo, no último julgamento, já em grau final, um problema de uma fábrica de chocolate que era muito interessante.

O influenciador apresentou no programa e começou a comer 52 ovinhos de chocolate. Isso abriu um processo. Ele se defendeu e disse que aquilo não era publicidade, que ele gosta do chocolate - eu não vou fazer publicidade do chocolate aqui para vocês -, que é muito bom e que ele levou para lá, comprou e botou no programa.

Bom, aí nós chamamos também ao processo o fabricante, e o fabricante disse: "Eu nunca paguei nada para ele".

Eles ganharam na primeira, porque eles provaram que não pagaram, perderam na segunda e recorreram para o pleno. E, no pleno, eles perderam novamente, porque a gente caracterizou o seguinte: o anunciante que não paga e permite que se faça é responsável por uma *publicity* que é prejudicial à saúde. Então, tem que tomar providências, porque o que está em jogo é a marca dele, e a marca deve ser defendida. Então, foi uma decisão que a gente tomou e que já está virando jurisprudência para se acatar nesse sentido, que se pode expandir para outras coisas também.

É muito em aberto, quer dizer, nasce lá das regras do País de legislação consuetudinária, então a gente também quer trabalhar dessa forma para não estar reescrevendo o código. Nós nunca reescrevemos o código. Preferimos fazer anexos, para poderem os anexos ir atendendo aos momentos.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Conselheiro Araújo Lima, por favor.

**O SR. JOSÉ FRANCISCO DE ARAÚJO LIMA** - Muito obrigado pela oportunidade de me dirigir diretamente ao nosso Presidente, que sucedeu um Presidente com quem também eu tive sempre muito contato durante muitos anos. Eu estou há 26 anos ligado, de certa forma, ao Grupo Globo, que teria me indicado para representar aqui as televisões abertas.

Eu acho que, como eu tive recentemente uma sensação que provavelmente o Leifert se vangloria muito, eu indiquei para me substituir na minha Diretoria de Relações Institucionais e Regulatórias das Novas Mídias do Grupo Globo uma pessoa muito mais capaz que eu e com metade da minha idade. Então, eu acho que o Leifert também deve ser muito orgulhoso do sucessor que assumiu esse lugar.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - O mau é que eu tenho quase o dobro da idade dele. (*Risos.*)

**O SR. JOSÉ FRANCISCO DE ARAÚJO LIMA** - Mas, Presidente, o meu apelo, como a gente já viu a sua objetividade, seria dar uma força grande a uma tarefa que eu estou hoje desenvolvendo no grupo, que é a da luta contra a pirataria do audiovisual. É aterrorizadora, é ameaçadora, tem havido um processo de desgaste de todos os meios, que são cobrados, os serviços estão caindo, desmontando. Ano passado, nós tivemos um prejuízo de todos os elos da cadeia - reunidos, claro - de 9 bilhões, quer dizer, isso é desde o autor até a ponta da distribuição, 12 elos que nós consideramos. O Governo, 1,3 bilhão, por conta de tributação, e governos estaduais e o Governo Federal.

Então, nós estamos hoje atrás, como os americanos estão recomendando, para seguir o dinheiro - *follow the money* -, porque muitos desses fornecedores de conteúdo furtado trabalham com uma publicidade e, muitas vezes, a empresa, agência ou aba não têm a menor ideia de que aquilo é uma empresa ilegal. Então, claro, o Google e esses outros aplicativos todos colocam lá, veem que está bem demandado aquele *site* e enfiam publicidade lá para mostrar, quanto mais cliques tiver, melhor.

Acho que, nesse assunto - não sei se o nosso pessoal já levou ao Conar -, é fundamental que o Conar colabore com essa luta, que é advertir cada vez mais que as próprias empresas que publicam ou que procuram agências para apresentar seus produtos tenham um meio de controlar quem eles estão financiando, quem eles estão bancando, porque é uma grande quantidade de recursos que esses criminosos conseguem obter de empresas, às vezes, importantíssimas, de grande respeitabilidade.

Então, essa colaboração do Conar realmente nós precisamos, e tenho certeza de que estou apelando para a pessoa certa.

Muito obrigado e parabéns.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Eu estou participando amanhã de manhã, no Ministério da Justiça, de uma reunião com agências digitais que cuidam exatamente desse tema.

A dificuldade que nós temos é que nós não somos peritos para saber o que é legítimo e o que é pirataria. Então, é preciso que você tenha algum mecanismo, para que, quando chegar uma denúncia para a gente tirar do ar um anúncio de pirataria, o interessado denuncie comprovando - "aquilo é pirataria, não é meu" -, alguma coisa desse tipo para a gente poder agir. Agindo, havendo prova, o próprio código atual permite isso, porque diz que todo anúncio tem que ser verdadeiro. Então, já está contemplado nesse artigo.

**O SR. JOSÉ FRANCISCO DE ARAÚJO LIMA** - Excelente. Obrigado, Presidente.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Ouvimos agora o Conselheiro Miguel Matos.

**O SR. MIGUEL MATOS** - Boa tarde a todos. Parabéns para o senhor. Muito boa a apresentação, muito esclarecedora. Eu tenho só uma pergunta bem rápida. Uns dois anos atrás, o Superior Tribunal de Justiça deu uma decisão num caso de uma empresa, dizendo que, ao ver do Tribunal, era proibida a propaganda de alimentos dirigida às crianças. Como é que o Conar está tratando dessa questão de alimentos dirigidos às crianças, as propagandas de alimentos dirigidas às crianças?

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Publicidade de alimentos não pode ser dirigida à criança. O que eles fazem? Isso é um território difícil de entrar. Por exemplo, a linha dos *burgers* faz para adulto, mas é tão infantilizado que a criança pega. Nós conseguimos algumas coisas, algumas vitórias. Por exemplo, você não vê mais em anúncio de bebida bonequinho andando na estrada. Isso a gente conseguiu, estabeleceu e retirou - isso não há mais. Desse de alimentos, todo dia tem que se fazer isso, quer dizer, tem-se consciência de que o problema do excesso de peso não é um problema brasileiro, é um problema mundial, é alguma coisa muito grave, porque se está condenando uma geração toda a ter excesso de peso já na adolescência, o que é muito ruim. Então, tem que haver isso.

Agora, a publicidade não faz isso, entende? Quer dizer, é preciso que se tomem outras medidas também. O que a gente pode fazer é ir controlando a forma do anúncio, para que não seja cativante para criança. Agora, se você abrir os programas da televisão fechada sobre comida no Brasil, aí é complicado, porque é tudo o que se faz, inclusive colocando a criança fazendo coisas.

Então, tem que se ter uma consciência também, como eu chamo, do outro lado, para que se possa dar o exemplo e a gente ter alguma forma de atuar.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Ouviremos agora o Conselheiro Davi. Depois eu farei uma pergunta, e a Conselheira Sonia, e encerraremos o debate, passaremos à pauta.

**O SR. DAVI EMERICH** - Presidente, obrigado pela vinda do senhor e pelas informações que o senhor nos traz, que realmente nos esclarece bastante. Como o João Camilo já disse, o Conar hoje é um *case*, já é uma instituição que está consolidada e pacificada, que não é questionada nem à direita, nem à esquerda, nem ao centro. Sabe-se que ela é muito importante.

Ela deve ter alguns problemas. Tem-se dificuldades no arcabouço legal brasileiro, mas sabe-se que é uma entidade...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Conselheiro Davi, nem sempre foi assim.

**O SR. DAVI EMERICH** - É, eu sei.

É uma entidade que, vamos dizer assim, é positiva para a nossa República, para o nosso País. Então, parabenizo o Conar nessa perspectiva.

Algumas informações, se o senhor tiver. Por exemplo, quantos influenciadores teríamos hoje, no Brasil? Há esse número? E qual a importância que eles estão tendo hoje no mundo publicitário em termos percentuais? A primeira coisa. Como os influenciadores... O senhor já tocou nisso, mas se tiver alguns números...

A outra coisa. O senhor já disse aqui sobre pessoas que vendem coisas na rua. Na época das mídias tradicionais - jornal, TV, rádio - já não era fácil a atuação do Conar, só que o mundo se abriu numa velocidade tamanha... Então, eu faço duas perguntas para o senhor: o Conar dá conta de tudo isso? Dá conta de fiscalizar, de acompanhar? O Conar está pensando em repensar suas estruturas ou parcerias para enfrentar esse mundo tão volumoso que passou a existir de 15 anos para cá, que não era tão extenso? O Conar tem essa musculatura para acompanhar isso? É a primeira questão.

A segunda questão é a seguinte. O senhor já falou que o Conar não proíbe, que o Conar trabalha com o conceito de Direito Consuetudinário. Mas o senhor acha que é necessária alguma ação legal, alguma lei, alguma coisa que possa ajudar nesse trabalho importante do Conar no País? O senhor acha que há espaço para alguma regulamentação? O Conar reclama alguma legislação? Alguma coisa pode ser feita no sentido não de proibir, mas no sentido de aportar mais recursos para fiscalizar as coisas erradas no universo da publicidade?

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Vamos por partes.

Eu não sei o número de influenciadores, porque eles surgem. Se eu dissesse o número agora, surgiriam amanhã mais cinco ou seis. O influenciador tem uma característica - permita-me a Patrícia entrar nisto - muito interessante. Ele é alguém que, por alguma razão, num determinado momento, disse coisas engraçadas ou interessantes ou se apresentou de forma muito inusitada, o que resultou numa sequência de 40 ou 50 pessoas que consideraram, por *hashtag*, que aquilo fosse bom, e viralizou. A palavra da ordem, a palavra da moda é aquela que viraliza. E se valorizam de acordo com o tamanho do vírus. Há, no Brasil, influenciadores que têm 20 milhões de pessoas acompanhando-os, seguindo-os. Quais são essas 20 milhões de pessoas? São elas todo dia? Como é que você pode fazer isso? Isso não é mensurável, ninguém nem sabe o que é.

O que a publicidade, de maneira geral, no mundo inteiro, está fazendo? Ela está indo e voltado. Há casos trágicos, com a utilização dos influenciadores nos Estados Unidos, por exemplo. Alguns dos anunciantes, Procter & Gamble, alguns deles foram publicamente denunciá-los, dizer que eles estavam roubando o dinheiro deles, porque eles não tinham tido nenhum sucesso naquilo que estavam fazendo. Há crises, inclusive, sobre isso e algum retorno à publicidade tradicional. Isto é uma coisa curiosa: voltar ao formato da publicidade tradicional usando a internet. Por quê? Porque o que não é controlável, sob o ponto de vista do anunciante, o que não é mensurável não tem valor; para ele, isso não tem valor. Qual é o valor dele? O valor dele é quando ele vende, é quando o estoque dele vai embora. Então, você tem que saber o que é. Sabe-se de uma coisa de característica, e não precisa ser gênio para saber: o influenciador influencia uma tribo. Aquela tribo pensa determinadas coisas. Possivelmente, um anúncio que esteja atendendo essa tribo vai ter sucesso; o que não estiver nessa tribo não vai ter sucesso. Não é um meio de se abrir para democratizar as ofertas nem para democratizar o saber ou qualquer coisa, não. É alguma coisa muito fechada, episódica, que vai mudar daqui a pouco - eu não sei como, mas vai mudar -, mas que está aí, com que a gente tem que ter atenção.

Como é que a gente pode controlá-los? Tem que ser caso a caso. Por exemplo, há alguns que são primorosos. Depois de dois ou três processos, eles mesmos escrevem para lá, dizendo que estão contratando advogados, que estão fazendo *compliance* dos negócios deles. Olha que chique, não é? Há alguns deles que já têm *compliance* dos negócios deles, porque virou um negócio que tem um tamanho de importância financeira muito grande. Eu não creio que um anunciante sério vá jogar, vá entregar a marca dele para essa gente, para ela defender. Eu acho arriscado. Acho que ele está correndo um risco muito grande, porque ninguém sabe o que é.

E também já há a contrarreforma. O que é isso? As próprias empresas de tecnologia já disseram o seguinte: "Espere aí, você está ganhando dinheiro às minhas custas. Então, eu não vou mais dizer quantos o acompanham, não. Acabou! Você agora vai ter que, se quiser, pesquisar quantos o acompanham." Se eles não puderam dizer quantos o acompanham, ele não tem mais público, ele deixa de ter a importância que tem; passa a ser alguma coisa que é possível que tenha, mas ninguém sabe o que é. Agora, é um fenômeno do tempo da gente, e eu não sei onde é que isso vai dar.

O que eu tenho sobre a legislação? Eu acho que o País tem legislações suficientes, tem um bom Código Civil, um excelente Código Civil. Quando mexeram no Código de Beviláqua, eu fiquei tão triste e falei que iam mexer numa obra-prima, mas não mexeram tanto que alterasse o Código. Então, temos um bom Código Civil. Talvez seja preciso um Código Comercial mais atuante para algumas concorrências ou qualquer coisa assim.

Acho que a gente não precisa disso. Acho que a gente precisa ter consciência comunitária para aceitar aquilo que a gente faz.

O Conar pode crescer? Acho que pode. Ele pode ter bases regionais daqui a pouco se necessário. Entende? Por exemplo, internamente, eu estou querendo, se se estabelecer um sistema de julgamento de câmaras, que os casos repetitivos sejam feitos via internet, que haja julgamentos virtuais, porque a gente pode julgar em uma semana. Então, se, às 6h da tarde, no dia tal, a câmara tal vai julgar, há um controle lá, e vão julgar aquele processo. Então, há forma de modernizar. Eu não tenho medo de tecnologia. Eu acho que a tecnologia, já dizia McLuhan, é a extensão dos sentidos humanos. Eu acho que a gente tem que se adaptar ao novo corpo que a gente tem, e esse novo corpo tem que ser ágil para se adaptar ao tempo em que a gente vive. Entende? Eu acho que a gente tem que ir por aí. E vamos tentar conseguir fazer dessa forma.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Com a palavra a Conselheira Sonia Santana, por favor.

**A SRA. SONIA SANTANA** - Boa tarde!

Muito obrigada pela sua presença.

Eu trabalhei muito com publicidade. Deixei de produzir várias coisas em função dessa regulamentação. Cansei de fazer filme de biscoito, carrinho para criança, cansei de fazer essas coisas.

Hoje nós temos uma publicidade disfarçada dentro do audiovisual, o *branded content*, como estamos chamando. Como é que o Conar vai conseguir ter um olhar mais crítico dentro de uma coisa que sai da TV aberta e vai para as TVs ou para a internet até, em que há coisas que são condenáveis na publicidade de forma geral, desde corrida de automóveis, esse tipo de coisa que nós temos hoje em Velozes e Furiosos, em que há briga de duas marcas, incentivando a violência e a velocidade em excesso? Como é que o Conar consegue olhar para este tipo de coisa? Já há um pensamento a respeito disso?

O mercado publicitário andou meio perdido em cima disso porque veio uma moda de fora, e, no dia seguinte da apresentação disso, tive várias consultas de como fazer isso, no afogadilho, sem nenhuma preparação, sem nenhum estudo de como efetivamente isso resulta na percepção do consumidor e na percepção da exacerbação da violência que vem através desse tipo de publicidade disfarçada dentro do audiovisual.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Deixe-me dizer uma coisa que é complicada: pensou-se muito nisso, houve muito problema com isso, quando essa onda começou. Quando a gente tentou começar a discutir isso, houve uma preocupação muito grande de dizer que nós estávamos virando um aparelho de censura, porque aquilo não é publicidade, aquilo é um produto cultural, e, se é bom ou se é ruim, não se vai julgar a qualidade dele. "Não se meta nesse produto cultural!"

O que eu acho que talvez a legislação, as regulamentações de audiovisual poderiam ter e que nos ajudaria seria a exigência de que a plaqueta de licença do filme indicasse quais são as ações comerciais dentro do filme. Mas isso não é o Conar que pode fazer. Se eu soubesse o que era comercial ali dentro, eu teria todo o direito de aceitar alguém que reclamasse, para que eu pudesse abrir o processo. Agora, eu não posso fazer isso. Eu não sei o que é comercial e o que não é. Tudo que eu faço é censura, e isso não é bom para mim.

**A SRA. SONIA SANTANA** (*Fora do microfone.*) - Não é bom para ninguém.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Para ninguém.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - O senhor me permite apresentar duas questões muito rápido?

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - É claro!

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Obrigada pela gentileza, Presidente.

Eu fiquei com duas dúvidas aqui, uma em razão de outras discussões que nós já tivemos aqui sobre o Conar, aí pergunto objetivamente: o Conar só age se for provocado ou age, vamos dizer assim, de ofício, proativamente?

A segunda questão é: o senhor disse que não pode haver publicidade dirigida à criança.

**O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR** (*Fora do microfone.*) - De alimentos.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Não, ele diz no geral. Depois, reforçou que é a de alimentos. Mas aí eu pergunto: não me lembro de a legislação brasileira tratar disso. E nós temos publicidade de brinquedos, e as crianças são muito influenciadas, crianças muito pequenas. Uma criança de três anos pede tal brinquedo, e ela não pode ter deduzido isso de outra coisa a não ser da publicidade.

Então, são essas as questões.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - São duas. Vou responder.

Qual é a primeira?

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Na primeira, eu perguntei se o Conar só age se for provocado ou se ele...

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Você lembra que eu falei da ação popular dos sete? Como não reclamavam ou reclamavam muito pouco, começou-se a fazer de ofício.

Mas nós não temos condições de estabelecer uma monitoria nesse mundo que nós temos de comunicação, porque é um negócio que... Não dá para termos isso aí. O que acontece é o seguinte: algumas coisas que não chegam a ser uma denúncia, mas que chegam lá a gente manda monitorar. Então, na internet, manda-se muito monitorar jogos etc., para se poder chegar ao que é para a gente fazer, porque senão seria... Aí passaríamos a ser o guarda da esquina cuidando do que está acontecendo, o que não é bom. Entende? Então, a gente a faz. De alguma forma, há uma monitoria. Naqueles casos mais sérios, a gente a exercita.

O segundo caso era...

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** (*Fora do microfone.*) - Diz respeito à publicidade dirigida ao público infantil.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Pode ter a certeza de que o que a criança viu não foi em publicidade; ela viu na internet. A publicidade, geralmente, é feita para a mãe e para o pai, porque, se não se fizer assim, há processo contra ela. Agora, se a boneca está no *site* do Magazine Luiza, se a boneca está ali, eu não tenho como não fazer isso. Entende?

Mas de maneira geral se respeita muito, e, quando não se respeita, a gente abre processo. Agora, na Internet é complicado.

Eu tenho netos. Um dos meus netos, especialmente, adora influenciadores infantis - eu não sabia que isso existia. Há influenciadores infantis. Aí é complicadíssimo.

E há outra coisa que também é difícil na internet: as coisas geradas fora do Território brasileiro. O que está aqui a gente controla, mas o que vem de Miami, o que vem da Costa Rica a gente não consegue controlar.

**A SRA. JULIANA NORONHA** - Presidente, peço para falar só por um minuto.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Com a palavra a Conselheira Juliana.

**A SRA. JULIANA NORONHA** - Eu acho que a dúvida da Conselheira foi exatamente sobre o que a gente estava conversando aqui.

Na verdade, dentro desse aspecto, principalmente envolvendo a publicidade infantil - e nos corrija se esta linha de raciocínio estiver errada -, não existe uma vedação a que se faça uma publicidade dos produtos infantis. Na realidade, conforme os anexos do Conar, a própria regulamentação que existe hoje no Código de Defesa do Consumidor e regulamentações que envolvem a questão da publicidade, existem regras que são seguidas pelo mercado publicitário para se fazer anúncios de produtos infantis.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Na realidade, trata-se do seguinte: criança não é consumidor. Logo, não merece mensagem. Essa é a regra. Ela não merece mensagem. Quem merece mensagem são os pais delas. Aí há outra discussão: "Ah, mas um pobre, o outro é rico!". Tudo bem! Até tenho algumas dificuldades com isso. Digo a você o seguinte: eu acho que, numa sociedade que vai ser de mercado, você tem que ensinar a criança, desde pequena, as regras do mercado, as regras de disputa do mercado.

Meus filhos, quando eram pequenos, tiveram a sorte de estudar em um colégio de uma quase santa chamada Myrthes Wenzel. Era uma mulher que tinha um colégio experimental em Niterói. Nesse colégio, quando a criança tinha 10 ou 12 anos, a tarefa, uma vez por semana, era ir à feira. Elas compravam os produtos na feira e levavam para o colégio, para fazerem no colégio. Não sei se meus filhos ficaram melhores ou piores. Eu gosto muito deles. Entende? Então, acho que deu resultado. Eu acho que isso é o que a gente precisa ter.

Há algumas coisas que eu acho que, na nossa sociedade, a gente transfere muito para os outros. A gente precisa discutir o seguinte: o que nós devemos fazer para construir uma sociedade que seja livre, que seja forte, que tenha consciência social e que seja justa? O que é que a gente tem que fazer? A publicidade é um pedaço? Vamos em cima da publicidade! Mas há outras coisas que são fundamentais, desde o nosso hábito na nossa casa até o fato de a gente usar o metrô. Há todo um processo civilizatório que nós precisamos retomar.

Gosto muito do Darcy Ribeiro quando ele diz o seguinte: este País doido é um processo fermentando civilização. Eu queria realimentar esse processo de civilização. Acho que isso é que é fundamental. Antes de proibir, vamos fazer... É possível. Entende?

**A SRA. JULIANA NORONHA** - Até mesmo dentro dessa linha e da ideia do que viria a ser um conceito de publicidade com educação midiática, a publicidade realmente teria uma questão informativa dos produtos, criando um senso crítico desde a infância, entendendo que não há uma vedação explícita e cogente nesse sentido de falar que isso é abolido. Mas, realmente, há uma preocupação de que isso seja feito de uma maneira que respeite a vulnerabilidade e as características do público respectivo.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - É alguém em construção.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Presidente João Luiz, eu queria lhe perguntar, tendo em vista o fato de que a publicidade se expressa pela internet, pelas redes sociais, pelos aplicativos, pela mídia social, se as grandes plataformas digitais aderiram ao Conar, se elas têm o compromisso de seguir a autorregulamentação do Conar, como Google, Facebook, Twitter, Instagram. Enfim, essas plataformas não só fazem publicidade, mas lucram com publicidade e têm um faturamento gigantesco hoje. Consta que o Google, por exemplo, hoje, já é o segundo maior faturamento em anúncios no País. Não adianta aqui conversarmos só sobre a televisão, o jornal, o rádio, se o universo da propaganda já atinge, com muita intensidade, essas plataformas digitais. Qual é o comprometimento dessas plataformas com as regras de autorregulamentação do Conar?

**O SR. RANIERI BERTOLI** - Presidente, numa questão de ordem, só quero ajudar, dizendo que o Cenp, na Portaria 001/2019, está colocando um cadastramento de todos os veículos que seriam, inclusive, influenciadores no Facebook e em todas as redes sociais. Isso também poderia estar junto dessa sua pergunta?

Obrigado.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Pois não.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Vamos lá! Vamos por etapas!

Eu acho que nenhum deles, dos gigantes, aderiu ao Conar. Eles respeitam a decisão do Conar; não têm adesão.

Por exemplo, eu os convidei para participarem do grupo de trabalho que está estudando as regras de influenciadores, e eles mandaram para lá um representante. Eu sei que o Google está entrando no Conar americano. É a primeira manifestação dele.

Essas empresas de tecnologia têm um receio descabido de qualquer tipo de regulamentação ou de autorregulamentação. Como são mães da distopia, elas acham que elas podem ser maiores do que realmente deveriam ser ou que é permitido que sejam para não causar problemas de maior ordem do que isso. Fatalmente, elas vão ter que se enquadrar em alguma coisa, em algum lugar.

Essa decisão do Cenp, por exemplo - eu expliquei aqui sobre o veículo de divulgação -, é dada para se exigir que elas tenham o mesmo compromisso que têm os outros veículos de divulgação, sob o ponto de vista de conteúdo, sob o ponto de vista de responder. Não é vedar nem é proibir, mas é dizer: "Você é responsável por aquilo que está ali. Você é responsável pelo que você faz, diante da população que está aí".

Eu acho que é preciso efetivamente que elas tenham consciência da autorregulamentação, ou, então, o Estado vai ter que, um dia, dizer que elas têm que considerar isso.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Presidente João Luiz Faria Netto, muito obrigado pelo depoimento.

Eu queria aqui registrar também a minha palavra.

Acompanhando o que o Conselheiro Araújo Lima disse do nosso Gilberto Leifert, que foi Diretor do Conar e depois Presidente do Conar, o mundo das comunicações deve muito ao trabalho que o Gilberto fez de consolidação, numa iniciativa pioneira, num País de tradição autoritária, em favor da autorregulamentação. Então, é importante registrar aqui o papel extraordinário, histórico, que o Gilberto teve, ao longo da sua carreira, em sedimentar um organismo de autorregulamentação num País tão intervencionista, tão autoritário como o nosso, que sempre deseja regular tudo e todos. Então, muito obrigado pela sua presença.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Presidente...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Pois não.

**O SR. JOÃO LUIZ FARIA NETTO** - Eu quero prestar um depoimento para vocês: com o Presidente desta Comissão tenho uma velha afetuosa e carinhosa amizade de trabalho e pessoal. Nós estivemos juntos muitas e muitas vezes. Eu tenho uma profunda admiração por ele, pelo que ele faz, pelo que ele fez, e tenho muita admiração por esta Comissão e por este Senado, que cuida dos Estados e que está cuidando agora das pessoas também. É muito bom isso tudo.

Muito obrigado a vocês. O Conar agradece. *(Palmas.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Vou suspender a reunião por cinco minutos, para que possamos nos despedir do Presidente João Luiz Faria Netto.

*(Suspensa às 15 horas e 11 minutos, a reunião é reaberta às 15 horas e 16 minutos.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Conselheiros, vamos retomar aqui os nossos trabalhos.

O Item 3 trata de um relatório da minha autoria sobre o Projeto de Lei 4.537, de 2012, que "modifica o art. 44, §1º, da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, para tornar obrigatório, em programas eleitorais, debates e quaisquer outras informações a propósito das candidaturas, veiculadas na televisão no período de propaganda eleitoral gratuita, o uso simultâneo da Linguagem Brasileira de Sinais e de legenda".

Na reunião anterior, foi apresentado relatório sobre o projeto, ao qual foram concedidas vistas ao Conselheiro José Francisco de Araújo Lima que trouxe um adendo ao meu relatório, que eu incorporo. Enfim, como a matéria já foi discutida, eu vou ler a parte acrescentada pelo Conselheiro Araújo Lima.

De toda forma, não obstante a necessária proposta de inclusão de serviços de acessibilidade nos programas eleitorais e debates, preocupa a sugestão de inclusão de recursos de libras e legendas em informações a respeito das candidaturas. Nesse único ponto específico, entendo que o projeto merece reparos tão somente para suprimir o mencionado no texto, pois, diante da subjetividade, o dispositivo extrapola regras de propaganda eleitoral, que é regulada pela Lei 9.504, de 1997, que a eminente Deputada pretende alterar, e normatiza a propaganda normal do rádio e da televisão, em especial a programação jornalística.

Assim, entendo que, com o intuito de evitar questionamentos sobre o eventual equívoco na técnica legislativa, juridicidade e constitucionalidade da proposta durante a tramitação da matéria no Congresso Nacional, é interessante a supressão da obrigação de disponibilização dos serviços de acessibilidade nas informações a respeito das candidaturas.

Sugere-se, portanto, pequena alteração no Projeto de Lei 4.537 com vistas a adequar o projeto de lei à melhor técnica legislativa com a consequente celeridade na análise da matéria, em especial na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania.

Diante de todo o exposto, conclui-se por meritória a proposição aos fins que propõe, ressalvada a necessidade do pequeno reparo em sua consecução normativa.

A proposta é bastante conveniente e consequente no sentido de que se use a linguagem de libras na propaganda eleitoral, mas não no jornalismo como obrigatoriedade, ainda que, provavelmente, em breve, o noticiário também trará esse recurso, como hoje já há outros recursos.

Então, nesse sentido, eu incorporo inteiramente a proposta e o aperfeiçoamento proposto pelo Conselheiro Araújo Lima e coloco em votação, caso não haja nenhum Conselheiro que deseje discutir o tema. *(Pausa.)*

Os Conselheiros que aprovam o relatório permaneçam como se encontram. *(Pausa.)*

Aprovado, então, o relatório do Conselho de Comunicação Social ao Projeto de Lei nº 4.537, de 2012.

Passamos agora ao item 4.

Relatório da Conselheira Maria José Braga sobre o PL 191, de 2015, que "altera a Lei 10.446, de 8 de maio de 2002, para dispor sobre a participação da Polícia Federal na investigação de crimes em que houver omissão ou ineficiência das esferas competentes em crimes contra a atividade jornalística".

Na reunião anterior, foi apresentado o relatório sobre o referido projeto, quando foram concedidas vistas a partir de solicitação do Conselheiro Miguel Matos.

Em discussão o relatório da Conselheira Maria José Braga.

**O SR. MIGUEL MATOS** - Presidente, eu estou...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Com a palavra o Conselheiro Miguel Matos.

**O SR. MIGUEL MATOS** - ... devolvendo a vista sem trazer nenhum voto. Eu estudei um pouco o assunto, continuo achando que é uma questão jurídica apenas da questão da competência da Polícia Federal, porque eu entendo que não há uma hierarquia de polícias, ou seja, não é porque a Polícia Civil não conseguiu solucionar tal crime que a Polícia Federal seria superior a essa para até fazer uma revisão.

No entanto, essa é uma discussão que o Plenário da Casa vai saber fazer. E acho que também traz uma discussão interessante sobre a importância desses crimes. Acho que a melhor saída para o processo legislativo seria, no caso, federalizar os crimes, mas aí é outra discussão, que os representantes do povo vão saber tratar. E a Conselheira fez o correto aqui no ponto de vista dela.

Então, estou devolvendo as vistas e votando com a Conselheira.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Não havendo mais quem queira discutir, passamos à fase de votação.

Os conselheiros que aprovam o relatório permaneçam como se encontram. *(Pausa.)*

Aprovado o relatório sobre o Projeto de Lei 191, de 2015, que altera a Lei 10.446, sobre a participação da Polícia Federal na investigação de crimes em que houver omissão ou ineficiência das esferas competentes em crimes contra a atividade jornalística.

Passamos agora ao item 5.

Relatório de Conselheiro Davi Emerich sobre o Projeto de Lei 2.021, de 2015, que "condiciona a realização de entrevistas ou exibição de imagens de presos sob custódia do Estado no interior de delegacias ou estabelecimentos prisionais à prévia autorização judicial".

Na reunião anterior, foi apresentado o relatório sobre o projeto de lei em questão, quando foram concedidas vistas à Conselheira Maria José Braga.

Em discussão o relatório do Conselheiro Davi Emerich.

Para a sua manifestação, tem a palavra a Conselheira Maria José, por favor.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Sr. Presidente, eu também estou devolvendo a vista, sem apresentar um voto em separado ou divergente. Concordo com a posição sugerida para este Conselho pelo Conselheiro Davi Emerich. Apenas sugeri ao Conselheiro que, na argumentação, fosse acrescida uma citação explícita ao art. 40 da Lei de Execução Penal, que um dos projetos está propondo modificar com o acréscimo, e o Conselheiro Relator bem se posiciona contrário ao

acréscimo. O art. 40 da Lei de Execução Penal diz claramente: "Impõe-se a todas as autoridades o respeito à integridade física e moral dos condenados e dos presos provisórios".

Então, toda a argumentação do Conselheiro Davi foi construída em cima do que já está disposto na própria Constituição Federal, e eu sugeri apenas que também houvesse uma menção ao art. 40 da Lei de Execução Penal, mas concordando com o relatório e com o voto do Relator.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Com a palavra o Conselheiro Davi.

**O SR. DAVI EMERICH** - Concordei plenamente com a sugestão da Conselheira. Eu apenas redigi dois pequenos parágrafos, só me referenciando à lei sobre a qual ela já discorreu. Então, eu acrescentei outra segunda referência - eu venho falando da Constituição, daquelas cláusulas pétreas, dos direitos - de suma importância, que é a Lei nº 7.210, de 1984, que, na Seção II, capítulo dos direitos, se expressa no *caput* do art. 40 da seguinte maneira: "Art. 40. Impõe-se a todas as autoridades o respeito à integridade física e moral dos condenados e dos presos provisórios." É o que já está na lei. Então, só estou me referenciando a ela, sem nenhuma outra alteração. Então, é o relatório.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Podemos adequar, então, a redação, Conselheira Maria José?

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Sim, Presidente, foi isso que eu sugeri...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Exato.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - ... informalmente, até antes mesmo de a gente entrar no debate, ao Relator, e ele acatou. Como eu já anunciei, concordo com o relatório e com o voto do Relator.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Perfeito.

Então, não havendo mais quem queira discutir, passamos à fase de votação.

Os Conselheiros que aprovam o relatório permaneçam como se encontram. (*Pausa.*)

Aprovado.

Eu vou sugerir aqui uma inversão de pauta, do item 7, que diz respeito ao relatório do PLC 79, ainda que o Conselheiro Fabio Andrade não esteja aqui.

Tendo em vista o interesse dos Conselheiros em examinar o projeto, eu, então, concedo vista coletiva a todos os Conselheiros. Voltaremos ao tema na próxima reunião, quando então votaremos o parecer. Assim, então, mesmo sem a presença do Conselheiro Fabio, a vista está concedida, e o tema passa para a pauta seguinte, para a pauta da próxima reunião.

Então, passamos agora ao antigo item 6.

Relatório sobre o andamento dos trabalhos do estudo sobre liberdade de imprensa no Brasil solicitado pela Senadora Eliziane Gama, de autoria da Comissão de Relatoria formada pelos Conselheiros Patrícia Blanco (coordenadora), Davi Emerich, Maria José Braga, Miguel Matos, José Antônio de Jesus da Silva e Juliana Noronha.

Na reunião anterior, a Conselheira Patrícia Blanco apresentou o plano de trabalho para a realização de estudos sobre a liberdade de imprensa no Brasil, solicitado pela Senadora Eliziane Gama.

Passo a palavra à coordenadora da Comissão de Relatoria para a apresentação do andamento dos trabalhos e discussão de nomes para a audiência pública na reunião de setembro.

Com a palavra a Conselheira Patrícia Blanco.

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Obrigada, Sr. Presidente.

Como todos receberam no envelope, há o projeto, que foi apresentado na última reunião, acrescido das datas do cronograma do plano de ação que nós expusemos, com alguns pontos que eu queria só reforçar. O primeiro deles é relativo à realização da audiência pública agendada para o dia 02/09, mas eu deixaria esse ponto para o final, para que nós pudéssemos discutir os convidados.

O segundo ponto é relativo às questões da solicitação de ofício de audiências com representantes da PGR, da Presidência do STJ e do STF, do CNJ e do Ministério da Justiça. Nós havíamos discutido sobre a importância e a forma de fazer essa solicitação. Já no ofício, junto com a solicitação de audiência, que se solicitem também as informações a respeito da liberdade de imprensa, a visão desses órgãos em relação à liberdade de imprensa.

Como ficou de responsabilidade da Secretaria da Presidência e do Conselheiro Miguel Matos, considerando o recesso dos órgãos do STF e do STJ, nós colocamos como prazo para a realização o mês de agosto. Então, a partir de agora, nós vamos dar prosseguimento a essas solicitações.

O levantamento de jurisprudência já existente também vamos fazer durante o mês de agosto. Aí a consolidação desses dados será feita a partir de setembro.

Quanto ao item 4, que trata do levantamento dos projetos de lei em discussão no Congresso, a Secretaria nos enviou a relação de projetos, de tudo o que está em andamento na Casa. Isso foi enviado na semana passada. Então, foi um trabalho bastante criterioso da Secretaria. Eu queria, em nome do Walmar, agradecer a toda a Secretaria por esse levantamento. Agora, vamos proceder ao levantamento feito pelas entidades que já acompanham também os projetos de lei, para que possamos fazer o cruzamento desses dados, e a consolidação será coordenada pela Conselheira Juliana.

Nós também acordamos, na reunião passada, que faríamos um levantamento de estudos comparados, envolvendo o cenário internacional e também o cenário nacional, buscando os levantamentos que já são feitos pela Unesco no Brasil, pela Abert, pela Fenaj, pela Freedom House, pelo Comitê para a Proteção dos Jornalistas, entre outros. Neste assunto, neste item aqui, a Conselheira Maria José e eu seremos as responsáveis pela consolidação. Então, faremos a reunião de todos esses dados também com o prazo de entrega em setembro.

No item 6 - e aí eu gostaria de pedir o apoio de todas as entidades aqui representadas -, nós vamos agora proceder ao envio de ofício para que as entidades respondam com o seu posicionamento em relação ao cenário de liberdade de imprensa no Brasil.

A Fitert, na pessoa do Conselheiro José Antônio, já fez o envio do seu posicionamento. Então eu pediria que todas as outras entidades aqui representadas, ao receberem o ofício do Conselho, pudessem responder para que, até setembro, nós pudéssemos ter esses documentos e já começar a consolidação do relatório final que, na nossa previsão, começaria a ser redigido em outubro, com finalização e apresentação na reunião de novembro.

Então, só voltando aqui à questão do cronograma: como é que nós estamos?

Solicitação de audiência de autoridades em agosto; audiência pública: 2 de setembro; levantamento de jurisprudência: setembro; levantamento de projetos de lei: até setembro; levantamento de estudos comparados: também até setembro; posicionamento das entidades: em setembro; redação e diagramação do relatório: durante o mês de outubro; e apresentação do relatório final: em novembro. Esses são os pontos aqui levantados.

E aí, voltando para o item 1, relativo aos convidados para a audiência pública, nós tínhamos listado aqui, como indicação, na reunião passada, alguns nomes para colocar e depois a gente abrir a discussão: Associação Internacional de Radiodifusão; Unesco no Brasil; Dr. Lourival Santos; Dra. Taís Gasparian; Márcio Aith, Secretário de Comunicação do STF; e a Senadora Eliziane Gama, que foi a autora da solicitação do estudo - seria muito importante que ela também participasse dessa audiência pública. Mas aqui são nomes para nós começamos a conversa. Então fica aberto aqui para discutirmos quem nós convidaríamos para a próxima reunião, para a audiência.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Bom, alguma sugestão? Algum Conselheiro gostaria de...

Eu tenho uma sugestão. Gostaria de incluir a Conselheira Maria José, representando a Fenaj, como uma das convidadas para a audiência pública.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Posso falar, Presidente?

Bom, eu algumas vezes fui até meio dura na defesa da Fenaj em algumas mesas, agradeço o Presidente, mas, neste caso específico, talvez a gente possa ter outras entidades que possam dar uma contribuição mais ampla, já que a posição da Fenaj vai estar referendada no relatório e nós vamos enviar por escrito e depois participar dessa sistematização.

Eu queria sugerir uma entidade que está fazendo um trabalho que eu creio ser muito importante, e não se trata de um monitoramento direto de liberdade de imprensa, mas tem um dado muitíssimo importante: trata-se de um cerceamento à liberdade que é indireto. Eu queria sugerir para participar da audiência um representante, eu posso ver o nome depois - são contatos que eu não tenho aqui agora -, mas do grupo responsável pelo Atlas da Notícia. Por quê? Porque o Atlas da Notícia nos traz dados muito preocupantes sobre o que eles estão chamando de "desertos de notícias no Brasil".

Algumas comunidades brasileiras, e eu diria que milhões de cidadãos brasileiros, têm esse déficit informacional, não por censura, não por restrição, mas pela absoluta ausência de informação para consumir e, vamos dizer assim, processar e para agir em cidadania. Então, era essa a sugestão.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Alguma outra sugestão?

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Talvez alguma entidade de jornalistas que não está aqui representada... Eu concordo com a Maria José: aqui as entidades que têm os estudos... Talvez algum representante da Abraji pudesse trazer a sua contribuição, já que eles acompanham também as tentativas de restrição, até física, com ameaças aos jornalistas que estão ali no campo. Isso pode ser interessante também.

Eu vejo que seria muito importante a gente ter uma mescla de participantes, alguém que possa nos dar uma ideia do mundo jurídico. O Conselheiro Miguel pode nos ajudar a sugerir um nome que pudesse colocar como quem defende... O próprio representante da OAB... Eu acho que há, Miguel, uma comissão permanente de liberdade expressão da OAB...

*(Intervenção fora do microfone.)*

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Sim, o Dr. Pierpaolo. Há também a comissão do Conselho Nacional de Justiça. Então, eu acho que a gente poderia pensar numa mescla, com um representante de cada setor. Eu acho que seria complementar...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Perfeito.

Por economia processual aqui, considero os nomes da Associação Internacional de Radiodifusão, da Unesco, Dr. Lourival Santos, Dra. Taís Gasparian, Márcio Aith, a Senadora Eliziane Gama, Atlas da Notícia, Abraji e OAB. Seriam essas entidades.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Presidente.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Pois não.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Eu vou pedir desculpas pela minha ignorância, mas eu queria que quem propôs justificasse a proposição dos três nomes que estão citados. Por que esses três nomes? Na nossa reunião que nós fizemos logo após a última sessão do Conselho, um dos nomes foi citado e eu pedi esse esclarecimento - não há o menor constrangimento de dizer que eu não conheço -, e quanto a um desses, o Dr. Lourival, foi explicado que é um advogado especialista que acompanha etc. Mas, quanto aos outros dois nomes que estão sugeridos, eu gostaria de saber por que esses nomes... Ou seja, não representam entidades, são nomes e estão sugeridos.

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Nós tínhamos, na discussão que houve no pleno, sugerido nomes de advogados que tratam dessa questão de liberdade, seriam juristas que podiam colocar o ponto de vista de quem está defendendo os jornalistas.

A sugestão do Dr. Lourival foi porque ele recentemente... Ele é um grande defensor da liberdade de imprensa já há muitos anos, mas recentemente atuou no caso da tentativa de censura à revista *Crusoe* e ao *site* O Antagonista.

A Dra. Taís Gasparian é uma advogada que tem feito um trabalho bastante amplo nessa questão da defesa da liberdade de imprensa, é advogada da Abraji, advogada de algumas outras entidades, atua nesse *front* da liberdade de imprensa.

Por isso os nomes foram sugeridos, mas são nomes que foram colocados e só condensei aqui.

Quanto ao Márcio Aith: é um jornalista, hoje Secretário de Comunicação do STF, ligado à Presidência do STF. Seria uma forma de trazer um órgão, sem ser um ministro, que pudesse nos ajudar a prestar esclarecimentos sobre a posição do STF em relação à liberdade de imprensa e ao acompanhamento que é feito.

Mas foram sugestões que foram colocadas na reunião passada.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Eu tenho uma observação. Como são seis nomes, eu proponho que a gente faça em duas etapas, que a gente faça as audiências em duas etapas: no dia 2, e no mês seguinte para informar, e com a participação de todos os Conselheiros, inclusive os suplentes.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Eu pedi esse esclarecimento sobre os nomes e agora queria fazer algumas ponderações. Primeiramente: o jornalista que é assessor do STF talvez fique numa posição difícil por não poder falar em nome do STF, já que ele é apenas um jornalista e muito dificilmente terá autorização para falar em nome do órgão. Então, acho que a gente poderia rever essa indicação e...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Vamos repassar os nomes que seriam consenso. Eles ficariam para a primeira etapa do evento.

Há alguma discrepância em relação a ter um representante da OAB?

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Não.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Há alguma discordância em relação ao representante da Abraji?

**O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR** - Só um questionamento, só para saber: acho que a Conselheira Patrícia havia dito que havia uma advogada da Abraji e que chamaria também um representante da Abraji. Não é isso?

*(Intervenção fora do microfone.)*

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Mas eu acho desnecessário.

**O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR** - Porque a gente poderia optar por um desses nomes.

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Exatamente, mas aqui são sugestões de nomes para que a gente faça a decisão final, não são todos esses nomes. É para a gente, justamente, ponderar conjuntamente para ver quais seriam os nomes.

**O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR** - É que eu tinha entendido que, como seriam duas mesas, iríamos convidar todo mundo.

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Não.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - O.k.

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Inclusive, só para esclarecer: tanto o Dr. Lourival quanto a Dra. Taís representariam o mesmo sentido, um advogado que trabalha com essas questões e que lida com esse assunto junto à Justiça. Então, um ou outro, não seriam os dois.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Então, volto a falar. Iríamos ter um representante da Abraji? Concordam? O.k. ]

Atlas da Notícia?

O.k.

O Márcio Aith, Secretário de Comunicação do STF: a Conselheira Maria José tem uma restrição. O que os Conselheiros acham?

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Não é uma restrição a ele.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Não, obviamente.

**O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR** - Pode ser convidado o STF e, no ofício - aí se vê com a secretaria -, fazer esse registro. É que, com o STF, além de ter essa questão do acompanhamento, a gente teria um contraponto aqui também. Nós vamos tratar de alguns temas específicos, e acho que seria importante a presença deles aqui. Se o STF não for mandar o Presidente, o que é muito difícil, que ele mande um representante.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - O Dr. Lourival Santos: acho que é uma figura...

*(Intervenção fora do microfone.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Eu, pessoalmente, coloco aqui uma reflexão com relação aos dois convidados de natureza internacional. Por tratarmos de temas nossos, acho que as nossas entidades aqui poderiam muito bem - as que já estão representadas aqui, como é o caso da ANJ, da Abert, da Abratel - suprir essa informação e não termos de trazer a Associação Internacional de Radiodifusão. Com relação à Unesco, também tenho minhas dúvidas. Ela tem algum estudo sobre o Brasil? Se tem um estudo, seria interessante ouvi-la, mas, com relação à Associação Internacional de Radiodifusão, acredito que as nossas entidades já...

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - A sugestão era mais no sentido de que... Quando a Senadora Eliziane fez a solicitação, colocou um estudo comparado mundialmente. Então, seria uma forma de ouvir um órgão internacional.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Perfeito.

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - Mas o fato de a gente olhar os relatórios internacionais já supre essa questão.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Já supre isso. Está o.k.

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - A Unesco tem um estudo e apresentou, inclusive, em maio deste ano, um estudo falando sobre a questão de violência contra comunicadores. Então, acho que é interessante.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Perfeito, é importante.

Então, aprovamos o convite à Unesco, ao Dr. Lourival, ao STF, ao Atlas da Notícia, à Abraji e à OAB.

Os Conselheiros e Conselheiras consideram necessária a realização do seminário em duas datas ou faremos...

*(Intervenção fora do microfone.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - São quatro, mas é possível fazer em uma manhã. Então, mantido para o dia 2/9. A Conselheira Patrícia faz a organização disso aí, confirmando, obviamente, o convite...

**A SRA. PATRÍCIA BLANCO** - O convite à Senadora.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - ... à Senadora.

Bom, encerrada a Ordem do Dia, passamos às comunicações dos Conselheiros.

Pois não, Conselheiro Fábio.

**O SR. FABIO ANDRADE** - É que eu estava no caminho... Tive um problema pessoal, estava no caminho, e achei um pouquinho deselegante o pedido de vista de V. Sa. sem eu estar presente, eu estava a caminho. Mas eu concordo com o pedido de vista. Acho que o pedido de vista, no caso do projeto que relatei, o PL nº 79, é válido, até porque houve um voto em separado do nosso companheiro e parece que a nossa companheira da Fenaj tinha intenção de fazer outro voto em separado.

Então, eu queria propor ao Conselho, diante desse voto em separado que houve hoje e diante da vista coletiva, que pudéssemos solicitar, o que nos é permitido regimentalmente, um parecer da Consultoria do Senado sobre o PL. Por quê? Aí ele já tem conhecimento do meu voto, conhecimento do voto do companheiro e conhecimento da vista coletiva. E eu acho que engrandece o projeto, até porque a Relatora ainda não pediu à Consultoria do Senado. Mas eu acho que, no âmbito do Conselho, só agrega ao projeto se a gente pedir à Consultoria do Senado um parecer sobre o projeto.

Eu queria solicitar a compreensão dos Conselheiros e ver se vocês poderiam aprovar essa minha demanda.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Regimentalmente há uma previsão quanto a isso?

*(Intervenção fora do microfone.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Não há previsão nem óbice.

Então, eu coloco em discussão se os Conselheiros aqui presentes concordam.

**O SR. FABIO ANDRADE** - A Consultoria do Senado tem técnicos do mais alto gabarito, técnicos da academia. Eu acho que a opinião deles sobre o projeto, sobre o meu parecer ou sobre o voto em separado engrandece o projeto, engrandece o Conselho e valoriza a Consultoria Legislativa da Casa, que é uma das melhores do Brasil.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Eu quero ouvir aqui o Conselheiro Miguel.

**O SR. MIGUEL MATOS** - Na realidade, eu entendo... Mas eu não entendi qual é a preocupação. Por que eu vou mandar para a UTI ou para o hospital? Qual é a doença? Não entendi. Qual é o motivo de a gente mandar para a Consultoria Legislativa?

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - É um projeto que está há três anos ou há quatro anos em tramitação aqui.

**O SR. MIGUEL MATOS** - Não entendi assim... Se houver um argumento, eu posso discutir, mas eu não entendi...

**O SR. FABIO ANDRADE** - O argumento, que eu acho válido, é que, primeiro, houve divergência de pareceres no Conselho. Isso, por si só, já justificaria. O segundo é porque, até o momento, apesar dos três anos do projeto na Casa, a Consultoria Legislativa não se pronunciou oficialmente sobre ele.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Bom, mas isso aí...

**O SR. FABIO ANDRADE** - Se nós temos a prerrogativa e não temos o óbice... Qual é o óbice a uma consultoria legislativa formada pelos melhores técnicos do País dar uma opinião sobre o projeto ou, pelo menos, sobre o meu parecer e sobre o voto em separado dele?

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Conselheiro João Camilo.

**O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR** - Bem, eu não acho que houve divergência de pareceres. Inclusive, quero registrar que os pareceres estão muito bem escritos. O parecer do...

**O SR. FABIO ANDRADE** - Isso está me parecendo uma manobra para procrastinar o debate.

**O SR. JOÃO CAMILO JÚNIOR** - O parecer do Conselheiro Fabio é muito bem escrito e o parecer do Conselheiro Miguel só faz uma alteraçãozinha. Então, assim, não é uma divergência.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Isso é inusitado. Eu nunca vi aqui na nossa Casa um parecer ter sido submetido posteriormente à Consultoria. Agora, eu também não vejo nenhum problema.

Agora, isso também não impede, Conselheiro Fabio, que o seu relatório seja votado na próxima sessão. Não iremos aqui esperar a Consultoria do Senado porque não depende disso o voto dos Conselheiros. Então, podemos solicitar, sim, o senhor, como Conselheiro, pode solicitar à Consultoria Legislativa que faça um parecer. O senhor tem esse direito, e isso será incorporado na próxima reunião ou não. Se estiver pronto, sim. Se não estiver, não impede a votação aqui.

**O SR. FABIO ANDRADE** - Eu acho que engrandece...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Engrandecer pode engradecer, Conselheiro. Agora, é um projeto que está em exame há quatro meses aqui e impedir a votação dele por conta de um parecer que possa vir ou não... Eu, na minha opinião, sou a favor até do pedido à Consultoria Jurídica para que se manifeste, agora respeitando aqui...

*(Intervenção fora do microfone.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - É, a Consultoria Legislativa, respeitando aqui o fato de que, ao parecer apresentado e com voto divergente, na sessão seguinte, se votará "sim" ou "não", como é do feitio da nossa Comissão.

Então, fica a minha opinião aqui. Pessoalmente, concordo com o pedido. Agora, acho que não cria nenhum óbice ao...

**O SR. FABIO ANDRADE** - Mas eu também acho, Presidente, que o parecer da Consultoria Legislativa não cria nenhum óbice à votação. Eu acredito que a Consultoria Legislativa tenha capacidade e desenvoltura para nos apresentar esse parecer dela antes da votação.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Conselheiro Davi.

**O SR. DAVI EMERICH** - Presidente, eu acho que pode pedir realmente para a Consultoria Legislativa. Eu estou aqui meio perplexo: dois votos, quatro anos de um projeto que tramita na Casa, de repente se quer aprovar rapidamente. No mínimo, até para que a gente se prepare para a próxima votação, eu faria mais uma sugestão: que cada autor de cada relatório fizesse um resumo rápido das suas posições e que se colocasse qual é a diferença de um relatório para o outro. Isso porque é um assunto grande do ponto de vista do que ele envolve. Hoje, se fosse votar, eu mesmo pediria vista porque eu não estaria preparado para votar um projeto dessa magnitude. Então, seria muito interessante, independentemente de se encaminhar para a Consultoria, que eu acho que deve ser encaminhado mesmo, que cada Relator expusesse mais ou menos, ou sintetizasse, essa questão para nós. Eu acho que para o Plenário...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Eu acho que o parecer, principalmente o parecer do Conselheiro Fabio Andrade, é absolutamente exaustivo.

**O SR. MIGUEL MATOS** - Só há um Relator, e o relatório está ótimo, está excepcional. A divergência é apenas o encaminhamento final.

O Conselheiro Fabio sugere que, como houve a sugestão de um Senador, que vá para a Comissão de Assuntos Econômicos. Eu entendo que não, porque, na realidade, esse projeto já é um projeto da Câmara, já foi amplamente discutido e... Bom, esse é meu pensamento também. Ele já foi votado, inclusive, no Senado. Então, assim, ele...

*(Intervenção fora do microfone.)*

**O SR. FABIO ANDRADE** - Nenhuma. Foi votado numa comissão especial, uma comissão criada pelo Presidente Renan Calheiros. Não foi pelas comissões temáticas.

*(Intervenção fora do microfone.)*

**O SR. MIGUEL MATOS** - E acho que já há amadurecimento suficiente para votação. Esse é um ponto de vista meu, mas também não...

**O SR. FABIO ANDRADE** - Mas, Miguel, houve um fato novo. Há mais ou menos um mês, o Senador Jean Paul pediu o mesmo que eu pedi no meu voto: que vá à Comissão de Assuntos Econômicos, até porque nunca foi. Então, eu acho que o que eu pedi no meu voto não tem nada de mais. Você tem todo o direito de discordar, eu acho que faz parte do processo. Agora, eu queria a compreensão de vocês para o seguinte: qual é o óbice a se ter uma opinião que vá ao Plenário ou vá a uma outra Comissão que é formada por grandes Senadores, o Senador Tasso, o Senador José Serra e outros membros que realmente têm conhecimento de impactos econômicos profundos? O que nos impede de solicitar que a Consultoria Legislativa dê uma opinião sobre isso, se ela está aqui para nos ajudar, para nos apoiar? São pessoas concursadas, pessoas oriundas da academia...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - É estranho, Conselheiro Fabio, que a própria Relatora não tenha feito isso, não é?

**O SR. FABIO ANDRADE** - Mas é uma prerrogativa dela fazer isso, como é a minha também. E eu gostaria de usá-la.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Então, olhe só: eu acho que não há nenhum óbice, nenhum impedimento a que seja pedido...

**O SR. FABIO ANDRADE** - Mas eu gostaria, eu ficaria mais confortável, apesar de eu ter a prerrogativa de fazê-lo individualmente, se os Conselheiros se manifestassem a favor, ou até contra, da minha posição.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Eu acho que a gente pode colocar em votação aqui, eu encaminho a votação do pedido...

Conselheira Maria José.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Sim.

Presidente, eu não sei se nós precisamos encaminhar uma votação, porque, como o senhor mesmo já concedeu vista coletiva do parecer, ou dos pareceres - apesar de não terem grandes diferenças -, e nós só poderemos fazer o debate e o voto na próxima sessão do Conselho, eu creio que não há absolutamente nenhum prejuízo em o Conselho solicitar um parecer da Consultoria Legislativa.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Eu concordo. É como eu disse: não há nenhum...

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Não havendo nenhum prejuízo, eu creio que...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Pelo contrário.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - ... podemos, inclusive, dispensar o voto, se os demais...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Se os Conselheiros...

**O SR. FABIO ANDRADE** (*Fora do microfone.*) - Mas o que eu gostaria de deixar registrado é que fosse a posição do...

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - É uma posição do Conselho.

*(Intervenções fora do microfone.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Isso será feito. Não há nenhuma objeção a essa posição...

*(Intervenção fora do microfone.)*

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Não, eu creio que não.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Então a Comissão pedirá oficialmente à Consultoria Legislativa o parecer a respeito dos pareceres.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Presidente, se me permite, eu acho que a Consultoria Legislativa poderia nos dar um parecer sobre o projeto e, se me permite também, eu gostaria de solicitar especificamente que, nesse parecer, viesse um histórico da tramitação desse projeto, que, pelo que eu fui informada, já foi aprovado, voltou, foi para sanção, voltou. Então temos aí...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Muito bom.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - ... uma série de questões que... Eu, por exemplo, iria pedir vista de qualquer forma, porque precisava me informar melhor sobre esses processos todos que foram, aí, percorridos ao longo desses anos.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Eu acho que seria muito bom.

Então será nesse sentido.

Pois não, Conselheiro.

**O SR. FABIO ANDRADE** - Quero deixar claro, Presidente, que, por esse problema de o projeto já ter ido e já ter voltado, ter tido problema na tramitação, a minha intenção, quando eu solicitei ouvir a CAE, foi que, quando ele chegasse ao Plenário, chegasse de uma forma mais robusta - pela importância da CAE, pelo fato de o projeto abarcar recursos econômicos de entrada de investimentos no Brasil. Então meu objetivo não foi protelar, foi simplesmente deixar o projeto mais robusto, mais bem preparado para a votação em Plenário. Até porque em meu parecer eu falo extensamente bem

do projeto, eu elogio o projeto. Só que eu solicito isso em prol do projeto, para que o projeto chegue ao Plenário com maturidade, para ser votado pelas Comissões que realmente representam o Senado da República.

E eu fico muito feliz de o Conselho ter concordado comigo e pedido por unanimidade esse parecer da Consultoria Legislativa, porque eu tenho certeza de que o parecer vai nos ajudar a encaminhar na próxima reunião um parecer ou outro da melhor maneira. É bom para o Brasil e é bom para o Conselho de Comunicação Social.

**O SR. DAVI EMERICH** - Presidente...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Pois não, Conselheiro Davi.

**O SR. DAVI EMERICH** - Quando o Conselheiro Fábio chegou, até em virtude de problemas pessoais, fez ponderação sobre a posição da Mesa de ter dado vista coletiva. Eu quero elogiar a posição da Mesa: a Mesa fez isso no momento em que o ponto apareceu na pauta, não antecipou e teve um procedimento corretíssimo...

**O SR. FABIO ANDRADE** - Não, não. Foi antecipado, sim, viu? Houve um pedido de inversão de pauta.

**O SR. DAVI EMERICH** - Então, eu parablenizo a posição da Mesa. Eu acho que ela foi correta, está certo? Eu acho que esse foi o encaminhamento realmente que melhor atendeu às necessidades...

**O SR. FABIO ANDRADE** - Eu concordo com a vista coletiva também.

**O SR. MIGUEL MATOS** - Presidente...

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Pois não, Conselheiro Miguel.

**O SR. MIGUEL MATOS** - Só faço um esclarecimento. É que a Comissão de Assuntos Legislativos vai tratar do projeto de lei, não dos pareceres. Eu não admito que se trate de parecer. Nós fomos escolhidos por votação do Congresso Nacional e nós temos independência para tratar de qualquer tema sem que ninguém venha nos remedar aqui sobre o nosso ponto de vista.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Então, fica específico...

**O SR. FABIO ANDRADE** - A gente também tem a liberdade de concordar ou não com o que a Consultoria Legislativa escrever.

**O SR. MIGUEL MATOS** - Sim, mas ela não tratará... É por isso que nós temos que tomar cuidado, até porque o que nós vamos remeter a eles é um pedido sobre o projeto de lei e não anexando os nossos relatórios.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Sim, perfeito.

Eu gostaria de ponderar que a gente, regimentalmente, não vota pareceres da Consultoria Legislativa, eles apenas informam...

**O SR. FABIO ANDRADE** - São consultivos.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - É, são consultivos.

Então, fica deliberado o encaminhamento do pedido para que a Consultoria Legislativa se manifeste sobre esse projeto de lei, e a vista concedida é mantida.

**O SR. FABIO ANDRADE** - Se for possível, Presidente, antes da reunião. Se a Consultoria Legislativa... É para que a gente possa votar com esse parecer mais subsidiado.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Isso, isso. Perfeito.

Passamos agora ao item 3 da nossa pauta: comunicação dos Conselheiros.

De acordo com o Regimento Interno, art. 39, seguindo a Recomendação nº 1, de 2018, abre-se espaço inicialmente para os Conselheiros que tenham trazido relatos sobre casos de violência contra empresas e profissionais de comunicação.

Conselheira Maria José.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Outros Conselheiros também podem trazer os relatos, mas hoje eu queria concentrar-me no caso - já é do conhecimento de todos, mas é para ficar registrado na ata do Conselho - das agressões e ameaças sofridas pelos jornalistas do *site* The Intercept Brasil, em especial pelo seu editor Glenn Greenwald.

Infelizmente, nós tivemos, inclusive, a edição de uma portaria por parte do Ministro da Justiça que trata da questão da extradição sumária de estrangeiros e que, apesar dos desmentidos, foi interpretada claramente por amplos setores da sociedade como uma tentativa de intimidação do jornalista Greenwald. E nós tivemos também uma ameaça direta do

Presidente da República, que, ao tentar falar sobre a portaria do Ministro da Justiça, disse textualmente que o jornalista poderia pegar uma cana aqui no Brasil, sem explicitar qual seria o mínimo embasamento legal para o jornalista pegar uma cana no Brasil. Então, tratou-se claramente de uma ameaça ao jornalista e ao *site* que está divulgando conversas entre agentes públicos, conversas de teor público e que colocam realmente em uma situação bastante vexatória um Procurador da República e o ex-Juiz e hoje Ministro Sergio Moro. Então, é bastante grave, e todos nós temos que ficar atentos.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Conselheiro Miguel Matos.

**O SR. MIGUEL MATOS** - Rapidamente, eu queria fazer... Aqui não é o foro competente para discutir várias outras coisas, mas eu queria, como representante da sociedade civil, fazer um desagravo ao Presidente da OAB, cuja memória do pai foi duramente atacada. Lembro que a ofensa à memória dos mortos é algo deplorável, se não pelos motivos óbvios, pelo fato de que eles não estão aqui para responder.

Então, eu queria deixar registrado esse desagravo.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Algum Conselheiro gostaria de usar...  
Conselheiro Gerace.

**O SR. LUIZ ANTONIO GERACE DA ROCHA E SILVA** - Eu gostaria de citar e elogiar bastante a iniciativa do nosso companheiro Sydney Sanches, que publicou uma matéria n'*O Globo* de ontem, que foi distribuída a todos: "O desmantelamento do audiovisual". É um alerta sobre a ameaça que paira sobre a cadeia produtiva do audiovisual brasileiro, do qual eu e a companheira Sonia somos representantes nesta bancada. É muito importante o alerta que ele fez para a sociedade através desse artigo.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Eu gostaria de incluir o artigo na ata da nossa reunião.

**O SR. LUIZ ANTONIO GERACE DA ROCHA E SILVA** - Muito oportuno.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Conselheira Maria José novamente, por favor.

*(Intervenção fora do microfone.)*

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Sim, continue. Pode continuar.

**A SRA. MARIA JOSÉ BRAGA** - Bom, eu também tenho mais um comunicado a fazer aos colegas do Conselho.

A Federação Nacional dos Jornalistas realizou eleições diretas para escolher sua diretoria e sua Comissão Nacional de Ética nos últimos dias 16, 17 e 18 de julho. Era chapa única e, felizmente, nós tivemos a eleição, obtivemos quórum, e eu fui reeleita para mais um mandato de três anos.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - Parabéns! (*Palmas.*)

Conselheiro José Antônio.

**O SR. JOSÉ ANTÔNIO DE JESUS DA SILVA** - Presidente, queria lamentar o ocorrido em uma rádio há poucos dias, quando um radialista estava fazendo um programa e se colocou contrário à posição do Prefeito, pelas perseguições que vinha sofrendo, e foi demitido ao vivo por se colocar contrário às políticas do Bolsonaro.

É lamentável a violência com os trabalhadores que, por terem uma posição diferente do Prefeito ou do Presidente da República, sofrem esse tipo de perseguição.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - O.k.

Conselheira Sonia.

**A SRA. SONIA SANTANA** - É só para colocar de novo uma situação da Ancine - quando a gente acha que está resolvendo, brota de novo um lodo trazendo uma insegurança imensa para o setor.

Estamos diante do fato de que o Presidente quer tirar a Ancine do Rio de Janeiro, mexer em uma estrutura todinha estabelecida, dando insegurança ao mercado. O mercado está paralisado, estão todos em pânico. Não sabemos para onde olhamos, porque, a cada dia, temos uma informação diferente. De repente, temos um o.k. do Ministro Osmar Terra dizendo que a Ancine vai continuar trabalhando; agora temos a notícia de que vai mudar para Brasília, ou não vai mudar para Brasília. Acabou de ser eleita uma nova diretora colegiada, que é uma pessoa que parece ser muito interessante, que é diplomata com ligações culturais no Itamaraty. Isso é positivo para a gente, tendo em conta que ela tem essa *expertise* nessa área.

Mas nós todos continuamos com uma faca em cima da nossa cabeça, por não sabermos, até pela resistência das empresas de *streaming* e também por não termos ainda quantificado como seria uma cobrança correta das taxas da Condecine, que alimenta o setor - ele é autoalimentado. Preocupa-nos também a perda de outras possibilidades de financiamento de outros setores, da radiodifusão toda.

Então, eu continuo com o alerta aqui em cima da Ancine, que é um órgão que fomenta o cinema, que não tem viés ideológico. Ela não analisa roteiros; ela analisa, sim, as condições de produção, as condições técnicas de produção. Então, ela não tem viés, realmente, ideológico, tanto que produz filme evangélico, católico, de tudo quanto é espécie.

Então, a ameaça sobre a Ancine ainda continua presente. Todo o setor tem trabalhado de forma a, primeiro, dar clareza de como o audiovisual trabalha, dar clareza para o TCU. Houve todo um trabalho no TCU no Rio de Janeiro, que teoricamente ia ser colocado para o mesmo TCU aqui, de como nós trabalhamos. Nós não temos um dia igual ao outro e não há padrão de prestação de contas, digamos assim. O setor tem que ajudar tanto os Parlamentares como os órgãos de controle a entender como nós trabalhamos, para que não sejamos prejudgados como ladrões ou qualquer outro nome que venhamos a receber. Na realidade, existem milhares de projetos ainda esperando aprovação de contas, então não há dinheiro desaparecido, apenas projetos aguardando essa aprovação de contas.

Então, o setor continua temeroso do nosso futuro, mesmo acreditando que vamos vencer no final, como um bom filme de sucesso.

**O SR. PRESIDENTE** (Murillo de Aragão) - O.k.

Bom, não havendo mais manifestações, passo rapidamente, já pelo adiantado da hora, à participação da sociedade civil. Consulto se alguma pessoa presente à reunião gostaria de se manifestar como participante da sociedade civil, de acordo com o art. 39, §6º, inciso V, do Regimento Interno. (*Pausa.*)

Não havendo, passo, então, à leitura das manifestações da sociedade.

Selecionei aqui cinco manifestações que eu mesmo gostaria de responder porque dizem respeito às competências do Conselho de Comunicação Social.

Giovanni Silva, da Paraíba, pergunta: "O Conselho de Comunicação Social regula a publicidade apenas do Senado ou legisla sobre as demais funções de Estado?"

Bom, o Conselho de Comunicação Social não regula a publicidade nem do Senado, nem da Câmara, tampouco legisla sobre qualquer função relacionada às comunicações. O Conselho de Comunicação Social é um órgão assessor do Congresso Nacional no debate e decisão de questões de interesse da comunicação.

"Qual é a legislação que regulariza o Conselho de Comunicação Social?", pergunta Raffael Lima. É uma legislação constitucional, a criação do Conselho de Comunicação Social é um dispositivo da Constituição brasileira, regulado por lei, e que funciona de acordo com o Regimento Interno aprovado pela Mesa do Congresso Nacional.

O Bruno Rocha, do Paraná, pergunta: "Como é a estrutura hierárquica do CCS?"

Ele tem um Presidente e um Vice-Presidente, e os Conselheiros, que representam empresas de rádio, empresas de televisão, empresas de imprensa escrita, engenheiro com notórios conhecimentos na área de comunicação social, um representante da categoria profissional dos jornalistas, um representante da categoria profissional dos radialistas, um representante da categoria profissional dos artistas, um representante das categorias profissionais de cinema e vídeo, cinco membros representantes da sociedade civil.

Os Conselheiros são eleitos pelo Plenário do Congresso Nacional. Os nomes são indicados pelas entidades e eleitos pelo Congresso Nacional.

Sobre as atribuições do Conselho, pergunta aqui também a Yasmin Viriato. Digo aqui repetindo o Regimento Interno: terá como atribuição a realização de estudos, pareceres, recomendações e outras solicitações que lhe forem encaminhadas pelo Congresso Nacional, ou por solicitação de qualquer dos membros do Conselho, do Poder Executivo ou de entidades da sociedade civil, a respeito do Título VIII, Capítulo V (Da Comunicação Social), da Constituição Federal, em especial sobre liberdade de expressão, propaganda comercial, diversões e espetáculos, produção e programação das emissoras de rádio e televisão, monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação social, finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas da programação das emissoras de rádio e televisão e todos os demais itens que estão na Constituição e que se referem à Comunicação Social.

Com isso, esgotamos a nossa pauta e nos encaminhamos para o encerramento da nossa reunião de hoje.

Atendidas as finalidades da pauta, declaro encerrados os trabalhos da 7ª Reunião de 2019, parabenizando os Conselheiros por ter sido altamente produtiva, com a votação de pareceres e a realização de audiências públicas de interesse da sociedade, convocando a próxima reunião para o dia 2 de setembro, às 10 horas, por conta tanto da pauta de audiências como também de votações.

Agradecendo a participação de todos, está encerrada a reunião.

*(Iniciada às 10 horas, a reunião é encerrada às 16 horas e 9 minutos.)*