



CONGRESSO NACIONAL

CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

PAUTA DA 6ª REUNIÃO

(2ª Sessão Legislativa Ordinária da 57ª Legislatura)

01/07/2024
SEGUNDA-FEIRA
às 09 horas e 30 minutos

Presidente: Miguel Matos
Vice-Presidente: Patricia Blanco



Conselho de Comunicação Social

**6ª REUNIÃO 2ª SESSÃO LEGISLATIVA ORDINÁRIA DA 57ª LEGISLATURA, A
REALIZAR-SE EM 01/07/2024.**

6ª REUNIÃO

segunda-feira, às 09 horas e 30 minutos

SUMÁRIO

1ª PARTE - AUDIÊNCIA PÚBLICA INTERATIVA

FINALIDADE	PÁGINA
Debater o tema da saúde dos profissionais de comunicação.	8

2ª PARTE - 6ª REUNIÃO DE 2024

FINALIDADE	PÁGINA
-------------------	---------------

I – LEITURA DO EXPEDIENTE	9
II – ORDEM DO DIA	
Item 1: Posse dos Conselheiros Rafael Soriano e Samir Nobre;	
Item 2: Relatório sobre projetos de lei que tratam da remuneração dos profissionais de comunicação, da comissão de relatoria formada pelos Conselheiros João Camilo Júnior, Valderéz Donzelli, Maria José Braga, Sonia Santana, Davi Emerich e Patrícia Blanco;	
Item 3: Relatório sobre a proposta de reformulação da Lei nº 8.389/1991, da comissão de relatoria formada pelos Conselheiros Valderéz Donzelli, Maria José Braga e Davi Emerich.	
III – RELATÓRIO DE ANDAMENTO DAS COMISSÕES TEMÁTICAS	
IV – COMUNICAÇÕES DOS CONSELHEIROS	
V – PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL	

CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - CCS

PRESIDENTE: Miguel Matos

VICE-PRESIDENTE: Patricia Blanco

(13 titulares e 13 suplentes)

TITULARES		SUPLENTE
	Representante das empresas de rádio (inciso I)	
Flavio Lara Resende		1 Guliver Augusto Leão
	Representante das empresas de televisão (inciso II)	
VAGO		1 João Camilo Júnior
	Representante das empresas de imprensa escrita (inciso III)	
VAGO		1 Júlio César Vinha
	Engenheiro com notórios conhecimentos na área de comunicação social (inciso IV)	
Valderez de Almeida Donzelli		1 Olimpio José Franco
	Representante da categoria profissional dos jornalistas (inciso V)	
Maria José Braga		1 Elisabeth Villela da Costa
	Representante da categoria profissional dos radialistas (inciso VI)	
José Antônio de Jesus da Silva		1 Edwilson da Silva
	Representante da categoria profissional dos artistas (inciso VII)	
Ana Flávia Cabral		1 Débora Duboc
	Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo (inciso VIII)	
Sonia Santana		1 Luiz Antonio Gerace
	Representante da sociedade civil (inciso IX)	
Miguel Matos		1 Marcus Bennett
Patricia Blanco		2 Renato Godoy de Toledo
Davi Emerich		3 Bia Barbosa
Angela Cignachi		4 Daniel José Queiroz Ferreira
Fabio Andrade		5 Camila Leite

REUNIÕES ORDINÁRIAS:

SECRETÁRIO(A):

TELEFONE-SECRETARIA: 3303-5258

FAX:

TELEFONE - SALA DE REUNIÕES: 3303-5258

E-MAIL: ccscn@senado.leg.br

HTTPS://WWW25.SENADO.LEG.BR/WEB/ATIVIDADE/CONSELHOS/
-/CONSELHO/CCS



CONGRESSO NACIONAL
SECRETARIA-GERAL DA MESA

2ª SESSÃO LEGISLATIVA ORDINÁRIA DA
57ª LEGISLATURA

Em 1 de julho de 2024
(segunda-feira)
às 09h30

PAUTA

6ª Reunião

CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - CCS

1ª PARTE	Audiência Pública Interativa
2ª PARTE	6ª reunião de 2024
Local	Anexo II, Ala Senador Alexandre Costa, Plenário nº 3

Retificações:

1. Inclusão dos relatórios dos itens 2 e 3 da Ordem do Dia (27/06/2024 16:29)

1ª PARTE**Audiência Pública Interativa****Assunto / Finalidade:**

Debater o tema da saúde dos profissionais de comunicação.

Observações:

A reunião será interativa, transmitida ao vivo e aberta à participação dos interessados por meio do portal e-cidadania, na internet, em senado.leg.br/ecidadania ou pelo telefone da ouvidoria 0800 061 22 11.

Convidados:**Dra. Cristiane Reimberg**

Analista em Ciência e Tecnologia e jornalista na Fundacentro

Presença Confirmada

Dr. Hélio Neves

Médico Sanitarista e Professor na Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de São Paulo

Presença Confirmada

Dra. Roseniura Santos

Auditora Fiscal do Trabalho

Presença Confirmada

2ª PARTE**6ª reunião de 2024****Finalidade:**

I – LEITURA DO EXPEDIENTE

II – ORDEM DO DIA

Item 1: Posse dos Conselheiros Rafael Soriano e Samir Nobre;

Item 2: Relatório sobre projetos de lei que tratam da remuneração dos profissionais de comunicação, da comissão de relatoria formada pelos Conselheiros João Camilo Júnior, Valderez Donzelli, Maria José Braga, Sonia Santana, Davi Emerich e Patrícia Blanco;

Item 3: Relatório sobre a proposta de reformulação da Lei nº 8.389/1991, da comissão de relatoria formada pelos Conselheiros Valderez Donzelli, Maria José Braga e Davi Emerich.

III – RELATÓRIO DE ANDAMENTO DAS COMISSÕES TEMÁTICAS

IV – COMUNICAÇÕES DOS CONSELHEIROS

V – PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL

Anexos da Pauta

[Relatório do Item 2 - Remuneração de profissionais de comunicação](#)

[Relatório do Item 3 - Reformulação da Lei 8389](#)



Congresso Nacional
Conselho de Comunicação Social

Recomendação CCS nº /2024

Recomenda ao Congresso Nacional princípios, diretrizes e parâmetros a serem observados nas proposições, discussões e votações de projetos de leis que tenham como finalidade dispor sobre para a sustentabilidade do Jornalismo.

Apresentação

No início dos anos 2000, organizações dos trabalhadores jornalistas brasileiros apontavam para uma crise do modelo de negócios do Jornalismo, ainda incipiente, mas já objeto de preocupação. A diminuição do número de veículos de comunicação, especialmente impressos, e do número de postos de trabalho no Jornalismo eram sinais inequívocos de que as formas de financiamento da produção de informações jornalísticas predominantes até então estavam se tornando insuficientes.

No Brasil, especificamente, a sustentação econômica do Jornalismo historicamente deu-se quase exclusivamente pela publicidade e propaganda, com uma pequena contribuição do pagamento direto pelo acesso à informação, por meio das assinaturas e compra em bancas dos veículos impressos. No final do século 20, o pagamento pelo acesso também chega às TVs por assinatura.

A crise do modelo de negócios do Jornalismo ampliou-se na primeira década do século 21, aprofundou-se na segunda década, desencadeando situações de verdadeira insustentabilidade neste início da terceira década. E há consenso de que o seu aprofundamento deu-se em razão do deslocamento da verba de publicidade e propaganda para as grandes plataformas digitais e da plataformização do Jornalismo.

Sem desprezar o importante e necessário debate sobre a credibilidade do Jornalismo e os mecanismos para garantir sua qualidade e confiabilidade, tornou-se urgente o debate público e democrático sobre a sustentabilidade do Jornalismo.

Este debate iniciou-se pelas organizações dos trabalhadores jornalistas e corporações que se dedicam ao Jornalismo, ganhou dimensão pública com a participação de organizações da sociedade e, notadamente, com o Parlamento brasileiro. O debate público, no entanto, somente é profícuo se resulta em propostas para a superação dos problemas debatidos.

No caso da sustentabilidade do Jornalismo, é consenso a necessidade de medidas regulatórias do Estado brasileiro para uma área econômica que foi e continua sendo frontalmente atingida por



Congresso Nacional Conselho de Comunicação Social

outra. Portanto, cabe ao Congresso Nacional, o apontamento de soluções consensuadas ou decididas democraticamente pelo voto, garantida a participação popular.

Breve histórico

Importantes iniciativas foram tomadas pelos congressistas brasileiros, a partir de 2020, especialmente com a apresentação de projetos de lei, com proposições sobre a sustentabilidade econômica do Jornalismo.

No Senado, o senador Ângelo Coronel (PSB/BA) apresentou o PL 4255/2020, que modifica a Lei nº 9.610/1998 (Lei do Direito Autoral), propondo a garantia aos profissionais e veículos de comunicação de reivindicarem das plataformas digitais o pagamento pelo conteúdo jornalístico utilizado por elas. O projeto de lei ainda aguarda designação de relator.

Na Câmara dos Deputados, foram apresentados quatro projetos de lei sobre o tema: PL 1354/2021 e os PL 1586/2021, PL 2950/2021 e PL 78/2022, que foram apensados ao primeiro. Todos eles tratam da remuneração do conteúdo jornalístico pelas plataformas digitais, sendo que um, o PL 2950/2021, de autoria do deputado Rui Falcão (PT/SP) prevê a remuneração do conteúdo jornalístico e cria um fundo público de fomento ao Jornalismo.

O debate sobre a remuneração do conteúdo jornalístico pelas plataformas digitais, entretanto, ganhou força e despertou polêmicas com a tramitação na Câmara dos Deputados do PL 2630/2020, de autoria do senador Alessandro Vieira (Cidadania/SE), aprovado anteriormente no Senado. Originalmente, o projeto de lei conhecido como “PL das Fake News”, destinava-se a estabelecer normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais, ferramentas de busca e serviços de mensageria.

Na Câmara dos Deputados, o relator designado em plenário, deputado Orlando Silva (PCdoB/SP) incluiu a obrigatoriedade da remuneração, a ser feita pelas plataformas digitais, pela utilização do conteúdo jornalístico.

A inclusão do tema da sustentabilidade do Jornalismo em um projeto de lei sobre regulação da atuação das plataformas digitais foi negociada diretamente pelo relator com representantes das empresas de comunicação, gerando críticas. Organizações de trabalhadores, como a Federação Nacional dos Jornalistas, questionaram a própria inclusão do tema do PL 2630/2020 e também a insuficiência do texto proposto.

Prevaleceu, entretanto, a posição de que a votação do PL 2630/2020 era uma oportunidade para também se estabelecer a obrigatoriedade da remuneração do conteúdo jornalístico pelas



Congresso Nacional Conselho de Comunicação Social

grandes plataformas digitais. O relatório do deputado Orlando Silva foi levado ao plenário que, no dia 25 de abril de 2023, aprovou sua urgência. Mas, no dia 2 de maio, o relator pediu a retirada do projeto de lei da pauta. Não havia garantias para sua aprovação.

Para viabilizar a votação e aprovação do PL 2630/2020, o deputado Orlando Silva anunciou a retirada do artigo que tratava da remuneração do conteúdo jornalístico da proposta, mas outros dissensos – e especial a pressão contrária das grandes plataformas digitais – impediram o avanço da tramitação em plenário.

O PL 2630/2020 voltou à Comissão de Comunicação e, no dia 8 de abril de 2024, o presidente da Câmara dos Deputados, deputado Arthur Lira (Progressistas/AL) anunciou o sepultamento do relatório do deputado Orlando Silva e anunciou a criação de um Grupo de Trabalho para debater a regulação das plataformas digitais no Brasil.

Em outra tentativa de avançar na aprovação da obrigatoriedade de remuneração do conteúdo jornalístico pelas plataformas digitais, foi feito um acordo político para a retomada da tramitação do PL 2370/2019, de autoria da deputada Jandira Feghali (PCdoB/RJ), que atualiza a Lei de Direitos Autorais, com a inclusão do tema.

Chegou-se a designar o deputado Elmar Nascimento (União/BA) como relator de plenário, mas o acordo político não se sustentou e o PL 2370/2019 foi encaminhado à Comissão de Comunicação, onde ganhou a relatoria do deputado Fred Linhares (Republicanos/DF), que até a presente data não apresentou seu relatório.

Debate do CCS-CN

A atual composição do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional (CCS-CN), entendendo a importância e, igualmente, a complexidade do tema da sustentabilidade do Jornalismo no Brasil, constituiu uma Comissão de Relatoria e promoveu duas audiências públicas para aprofundar o debate.

Em 6 de novembro de 2024, o CCS-CN promoveu a audiência pública “Sustentabilidade da Comunicação Social”. Participaram como expositores do tema Carla Egydio, Diretora de Relações Institucionais da Associação de Jornalismo Digital (AJOR), Celso Augusto Schröder, secretário-Geral da Federação dos Jornalistas da América Latina e do Caribe (FEPALC) e dirigente da FENAJ, e Rafael Menin Soriano, presidente da Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER).

Nova audiência pública foi promovida pelo CCS-CN, no dia 4 de março de 2024, com a finalidade de discutir “A remuneração do conteúdo jornalístico pelas plataformas digitais”.



Congresso Nacional
Conselho de Comunicação Social

Participaram como expositores Marisa von Bülow, professora da Universidade de Brasília (UnB), Marcelo Rech, presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ) e Francisco Brito Cruz, diretor executivo do InternetLab.

A Comissão de Relatoria – composta pelos conselheiros Bia Barbosa, Davi Emerich e Patricia Blanco, representantes da sociedade civil; pelo conselheiro João Camilo, representante das Empresas de Televisão; pela conselheira Maria José Braga, representante da categoria profissional dos jornalistas, e pela conselheira Sônia Santana, representante das categorias profissionais de cinema e vídeo – foi constituída inicialmente para analisar os PLs 2630/2020 e 2370/2019, devido ao fato de que estavam na iminência de serem votados pela Câmara dos Deputados.

Durante os debates e as reviravoltas ocorridas na tramitação dos dois projetos de lei, a Comissão de Relatoria entendeu por bem não analisar o teor do PL 2630/2020, porque nem mesmo o deputado Orlando Silva, como relator de plenário, soube dizer ao CCS-CN, quando de sua participação numa sessão do Conselho, qual texto seria colocado em votação.

Em relação ao PL 2370/2019, também permanecia – e ainda permanece – a indefinição de qual texto será submetido à votação. Assim, a Comissão de Relatoria apresentou apenas uma recomendação para que não houvesse votação, sem um debate mais aprofundado sobre a questão da remuneração do conteúdo e sobre as diversas propostas de alterações da Lei de Direito Autoral, com implicações na comunicação e em outras áreas, como as artes.

Após as duas audiências públicas e com as importantes contribuições dos convidados, a Comissão de Relatoria entendeu que, em vez de apresentar um parecer sobre os projetos em tramitação – que igualmente pode ser modificados a qualquer tempo, inclusive por meio de substitutivos – daria contribuição mais efetiva ao apresentar recomendações aos congressistas, a serem observadas na análise das matérias em tramitação e de outras que podem ser apresentadas.

Um dos aspectos ressaltados em ambas as audiências públicas é de que a sustentabilidade econômica do Jornalismo não será alcançada com uma medida única, requerendo ações e normas múltiplas e complementares.

A recomendação proposta pela Comissão de Relatoria apresenta os princípios, diretrizes e parâmetros a serem observados para a aprovação de uma lei que trate da sustentabilidade econômica do Jornalismo, de forma a trazer benefícios para os atores diretamente envolvidos (corporações e trabalhadores), mas principalmente para a sociedade brasileira, garantindo aos cidadãos o direito à informação jornalística.



Congresso Nacional
Conselho de Comunicação Social

Princípios, diretrizes e parâmetros para a sustentabilidade do Jornalismo

a) Princípios

- As liberdades de imprensa e de expressão são direitos inalienáveis.
- O Jornalismo, como forma de conhecimento da realidade imediata, é um bem social, imprescindível para a democracia.
- O Jornalismo é um bem social ainda mais necessário, após o desenvolvimento de um ecossistema de desinformação, assentado na difusão de conteúdos falsos (informações incorretas, por meio de conteúdos enganosos e/ou falsas conexões) e conteúdos nocivos ao tecido social (discursos de ódio, assédio moral, apologia à violência, entre outros).
- O Jornalismo é efetivamente o meio mais eficaz de combate à desinformação.
- A sustentabilidade da produção da informação jornalística foi afetada de maneira negativa pela atuação das plataformas digitais.
- Conteúdo jornalístico é ferramenta de engajamento nas redes sociais e de geração de receitas.
- Direito autoral é aplicado ao Jornalismo.
- Veículos e profissionais do Jornalismo têm direito à remuneração pela utilização de sua produção pelas plataformas digitais.
- Devido à sua importância social, o Jornalismo pode ser beneficiário do financiamento público.
- Justiça fiscal é um dos componentes da justiça social.
- A regulação econômica das diversas atividades produtivas, inclusive na economia digital, é papel do Estado.
- Toda e qualquer corporação com atuação no Brasil está sujeita às determinações legais do país.

b) Diretrizes

- Valorização do Jornalismo profissional, entendido como a produção de informação jornalística feita por profissionais jornalistas, empregados de empresas jornalísticas ou atuantes em cooperativas e/ou organizações jornalísticas de caráter colaborativo e sem fins lucrativos e, ainda, atuantes de maneira independente, em sites de notícias próprios ou associados.
- Fomento ao Jornalismo profissional.
- Combate à assimetria regulatória existente entre os setores da comunicação/Jornalismo e as plataformas digitais.



Congresso Nacional
Conselho de Comunicação Social

- Combate à desinformação e aos “desertos de notícias”.
- Fortalecimento dos veículos de comunicação regionais e locais.
- Regulação econômica da atuação das plataformas digitais, com a taxação no país e com a obrigatoriedade de remuneração do conteúdo jornalístico.
- Regulação da atuação das plataformas digitais com a imposição de medidas de transparência, obrigatoriedade de difusão de conteúdo jornalístico e medidas punitivas em caso de boicote ao conteúdo jornalístico para fugir da obrigatoriedade da remuneração.
- Definição precisa que as plataformas digitais devem remunerar a utilização do conteúdo jornalístico utilizando, por exemplo, o número de usuários e a receita obtida no Brasil.
- Definição precisa da informação jornalística a ser remunerada.
- Definição precisa dos produtores da informação jornalística que terão direito à remuneração, contemplando as pequenas empresas, organizações colaborativas e produtores independentes.

c) Parâmetros

- A sustentabilidade do Jornalismo no Brasil exige mais de uma medida regulatória. Para a viabilidade econômica da atividade jornalística duas medidas, que não são excludentes e sim complementares, podem ser adotadas: a remuneração pela utilização do conteúdo jornalístico por parte das plataformas digitais e a taxação dessas plataformas, com destinação dos recursos para o apoio e fomento do Jornalismo.
- Experiências de outros países como a Austrália e o Canadá mostram que a negociação livre e direta entre plataformas digitais e empresas jornalísticas acarretaram problemas como exclusão de pequenas empresas e de jornalistas independentes das negociações e chantagens por parte das plataformas, com medidas de boicote ao Jornalismo. Assim, o Brasil deve adotar como parâmetro a negociação obrigatória, mediada e inclusiva, permitindo que pequenas empresas jornalísticas e jornalistas independentes possam ser representados por associações.
- A legislação brasileira deve prever a arbitragem para os casos de negociações infrutíferas.
- Os critérios para a remuneração do conteúdo jornalístico devem ser objetivos, mas não podem ser definidos somente pelo número de publicações e/ou de acesso a elas (cliques). Outros critérios, como localidade e abrangências locais e regionais, devem ser adotados.
- A taxação das plataformas – independentemente de outros tributos – deve ser feita por meio da Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (CIDE), devido à sua natureza de tributo reparador dos possíveis danos causados ao setor produtivo por outro. A CIDE permite a definição de sua destinação, no ato de sua criação.



Congresso Nacional
Conselho de Comunicação Social

- O fomento ao Jornalismo pode se dar por meio da criação de um fundo público, abastecido com recursos da CIDE e gerido com participação social.
- A destinação dos recursos do fundo público deve fomentar o Jornalismo regional e local, bem como a diversidade e pluralidade da informação jornalística.

Brasília, 6 de maio de 2024.

Comissão de Relatoria:

Conselheira Bia Barbosa
Conselheiro Davi Emerich
Conselheiro João Camilo Júnior
Conselheira Maria José Braga
Conselheira Patrícia Blanco
Conselheira Sonia Santana
Conselheira Valderez Donzelli

CONGRESSO NACIONAL
Conselho de Comunicação Social

Recomendação do CCS nº 1, de 2024.

Apresenta à Mesa Diretora do Congresso Nacional recomendação de atualização da Lei nº 8.389, de 30 de dezembro de 1991, que instituiu o Conselho de Comunicação Social.

Apresentação

Criado pela Constituição Federal de 1988, o Conselho de Comunicação Social (CCS) foi instituído pela Lei nº 8.389/1991, resultante de projeto de lei do Senador Pompeu de Souza. As lacunas da lei começaram a ser identificadas logo após a sua promulgação, visto que, apesar de instituído em dezembro de 1991, o Conselho de Comunicação Social foi instalado somente em junho de 2002, configurando um hiato de dez anos e cinco meses entre a instituição e sua implantação.

A instalação do Conselho foi viabilizada dentro da negociação estabelecida entre parlamentares, empresários da comunicação e representantes do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) para a aprovação da então Proposta de Emenda à Constituição nº 203, de 1995, na Câmara dos Deputados, e nº 5, de 2002, no Senado Federal, que alterou o art. 222 da Constituição Federal, para permitir a participação de pessoas jurídicas estrangeiras no capital social das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens. Houve o compromisso do então presidente do Senado, senador Ramez Tebet, de implantar o Conselho, antes da votação final da permissão para a entrada do capital estrangeiro nas empresas de comunicação.

Nos mais de dez anos que separaram a instituição de CCS de sua efetiva implantação, houve várias tratativas para sua instalação e todas esbarraram nas dificuldades para as eleições de seus membros. Houve, inclusive, uma tentativa de normatizar as indicações por meio da apresentação do Projeto de Resolução nº 3, de 1995, do Congresso Nacional, que

definia que entidades representativas poderiam sugerir nomes ao Congresso Nacional, e que uma Comissão Mista deveria avaliar os nomes, antes da votação em plenário, em sessão conjunta das duas Casas.

Também na década de 1990, outro aspecto da Lei nº 8.389/1991 foi objeto de discussão no Congresso Nacional. O Projeto de Lei da Câmara nº 232, de 1993, de autoria do Deputado Cunha Bueno, propunha o acréscimo de dois membros à composição do Conselho, representando as empresas de propaganda e os profissionais da área. O projeto foi considerado “prejudicado” após a eleição dos primeiros conselheiros/as, em 5 de junho de 2002.

O processo da primeira eleição do CCS, que requereu reuniões da Mesa Diretora com líderes partidários e a constituição de uma comissão para receber as indicações das entidades e dos próprios líderes dos partidos, assim como as tentativas anteriores, revelou as imperfeições da Lei nº 8.389/1991.

O debate sobre a necessidade de uma atualização da Lei foi mantido nas décadas seguintes, especialmente no âmbito do próprio CCS. Às lacunas identificadas anteriormente somou-se a ocorrência de transformações no setor, decorrentes principalmente do crescimento do acesso à internet no país e de seu papel nas comunicações.

Nesse sentido, faz-se necessário rediscutir o papel do CCS, sua composição, seu funcionamento, bem como as obrigações do Congresso Nacional para que o Conselho atue ininterruptamente, cumprindo as atribuições que lhe conferem a Constituição Federal.

Da natureza e das atribuições do Conselho

O Conselho de Comunicação Social foi criado pela Constituição Federal de 1988, que em seu Capítulo V, dedicado à Comunicação Social, estabeleceu:

“Art. 224. Para os efeitos do disposto neste capítulo, o Congresso Nacional instituirá, como seu órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei.”

Com clareza inequívoca, o CCS tem natureza de órgão auxiliar do Congresso Nacional e sua função é tratar do conjunto das disposições do Capítulo V.

A Lei nº 8.389, de 30 de dezembro de 1991, que instituiu o Conselho de Comunicação

Social, estabeleceu:

Art. 2º O Conselho de Comunicação Social terá como atribuição a realização de estudos, pareceres, recomendações e outras solicitações que lhe forem encaminhadas pelo Congresso Nacional a respeito do Título VIII, Capítulo V, da Constituição Federal, em especial sobre:

- a) liberdade de manifestação do pensamento, da criação, da expressão e da informação;*
- b) propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias nos meios de comunicação social;*
- c) diversões e espetáculos públicos;*
- d) produção e programação das emissoras de rádio e televisão;*
- e) monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação social;*
- f) finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas da programação das emissoras de rádio e televisão;*
- g) promoção da cultura nacional e regional, e estímulo à produção independente e à regionalização da produção cultural, artística e jornalística;*
- h) complementariedade dos sistemas privado, público e estatal de radiodifusão;*
- i) defesa da pessoa e da família de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto na Constituição Federal;*
- j) propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens;*
- l) outorga e renovação de concessão, permissão e autorização de serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens;*
- m) legislação complementar quanto aos dispositivos constitucionais que se referem à comunicação social.*

A abrangência e amplitude dos temas afeitos ao CCS está consignada na Lei nº 8.389/1991, assim como sua autonomia. Entretanto, mais de uma vez, conselheiros/as suscitaram o debate sobre esta autonomia, tentando restringir o papel do Conselho, a partir da interpretação de que o Colegiado somente poderia se manifestar se provocado pelo Congresso Nacional (o caput do artigo 2º, citado anteriormente, estabelece como atribuições “a realização de estudos, pareceres, recomendações e outras solicitações que lhe forem encaminhadas pelo Congresso Nacional”).

Conselheiros/as de composições anteriores debruçaram-se, porém, sobre a questão e, mais de uma vez, prevaleceu a interpretação de que não há restrições ao trabalho do CCS,

que pode ser manifestar por meio de estudos, pareceres e recomendações e por outras solicitações que lhes forem encaminhadas pelo Congresso Nacional.

Para garantir a autonomia do CCS e evitar controvérsias, os conselheiros/as da atual composição entendem que o art. 2º da Lei nº 8.389/1991 deve ser modificado, evitando interpretações equivocadas. A título de exemplo apresentamos a seguinte sugestão de redação:

O Conselho de Comunicação Social terá como atribuição a realização de estudos, pareceres, recomendações a respeito da Comunicação Social, encaminhadas pelo Congresso Nacional ou por solicitação de pelo menos um de seus membros ou de entidades da sociedade civil.

§1º - O CCS deve atender quaisquer solicitações do Congresso Nacional a respeito do Título VIII, Capítulo V, da Constituição Federal.

§2º - Para cumprir suas atribuições, sempre que considerar necessário, o Conselho poderá realizar seminários, debates, audiências públicas sobre os temas que estiver examinando.

§3º - O CCS poderá desempenhar outras atribuições que lhe sejam conferidas pelo Congresso Nacional, com amparo na art.224 da Constituição Federal ou em leis que disciplinem matérias de comunicação social.

Da composição do Conselho

De acordo com o art. 4º da Lei nº 8.389/1991, o CCS é composto por:

- I - um representante das empresas rádio;
- II - um representante das empresas de televisão;
- III - um representante das empresas da imprensa escrita;
- IV – um engenheiro com notório saber na área de comunicação social;
- V - um representante da categoria profissional dos jornalistas;
- VI - um representante da categoria profissional dos radialistas;
- VII - um representante da categoria profissional dos artistas;
- VIII - um representante das categorias profissionais de cinema e vídeo;
- IX- cinco membros representantes da sociedade civil.

Assim como a natureza e as atribuições do Conselho, sua composição tem sido objeto de discussão interna e externa desde a sua efetiva instalação. Uma das questões presentes

nos debates, inclusive no âmbito do Congresso Nacional, com apresentações de Projetos de Leis tratando do tema, é a inclusão na lei da representação de setores da comunicação social hoje não presentes no Conselho, seja por lacuna da lei seja por terem se configurado no bojo das transformações tecnológicas ocorridas posteriormente.

O setor das telecomunicações, por exemplo, reivindica assento no CCS desde a sua implantação. Diante de sua importância para a comunicação social, justifica-se que empresas e profissionais das telecomunicações estejam representados. Outro setor ausente é o da publicidade, que conta com entidades representativas das empresas e dos profissionais que poderiam integrar o CCS.

Há também questionamentos sobre a necessidade de representação das empresas/organizações que constituem o sistema público de comunicação, devido às diferenças de objetivos e padrão de programação, em comparação com os sistemas privado e estatal.

Por último, ao analisar e propor alterações na composição do CCS, é preciso observar a intenção do legislador que na Lei nº 8.389/1991 estabeleceu a paridade entre representantes das empresas de comunicação e representantes das categorias profissionais do setor e a maioria numérica à representação da sociedade civil. Quis o legislador que a representação da sociedade civil atuasse como mediadora de possíveis interesses corporativos, em benefício dos interesses coletivos.

Diante do exposto, afirmamos a necessidade de ampliação da representação no CCS, recomendando para sua composição:

- I - um representante das entidades representativas das empresas privadas de rádio;
- II – um representante das entidades representativas das empresas privadas de televisão;
- III - um representante das entidades representativas das empresas/instituições públicas de radiodifusão;
- IV - um representante das entidades representativas empresas da imprensa (escrita/digital);
- V – um representante das entidades representativas das empresas de telecomunicações;
- VI – um representante das entidades representativas das empresas de propaganda;
- VII – um representante das entidades sindicais nacionais da categoria profissional dos jornalistas;
- VIII - um representante das entidades sindicais nacionais da categoria profissional dos radialistas;

IX - um representante das entidades sindicais nacionais da categoria profissional dos artistas;

X - um representante das entidades sindicais nacionais das categorias profissionais de cinema e vídeo;

XI – um representante das entidades sindicais nacionais da categoria profissional de telecomunicações;

XII – um representante das entidades sindicais nacionais da categoria profissional de publicitários;

XII - um engenheiro com notório saber na área de comunicação social;

XIII – sete membros representantes da sociedade civil.

Dos critérios para a eleição dos/as conselheiros/as

O art. 4º da Lei nº 8.389/1991, em seu § 2º, estabelece que os membros do CCS e seus respectivos suplentes serão eleitos em sessão do Congresso Nacional, podendo as entidades representativas dos setores mencionados no caput do artigo sugerir nomes à mesa do Congresso Nacional. E, no § 3º do mesmo artigo, a lei estabelece que *“Os membros do conselho deverão ser brasileiros, maiores de idade e de reputação ilibada”*.

O disposto no § 3º é o único critério estabelecido para a eleição dos/as conselheiros/as, o que, historicamente, tem se mostrado insuficiente, principalmente para as eleições dos representantes da sociedade civil. Subentende-se que a intenção do legislador ao propor a representação da sociedade civil foi a de permitir a eleição de pessoas que representem grupos sociais significativos e diversos e que possam opinar e intervir sob a perspectiva do conjunto das cidadãs e dos cidadãos brasileiros. Porém, com frequência demasiada, essas características não vêm sendo contempladas nos perfis indicados para a representação da sociedade civil.

Vale ressaltar que, mais de uma vez, o debate sobre os critérios para a escolha dos membros do Conselho foi suscitado por entidades da sociedade civil, pela Frente Parlamentar pelo Direito à Comunicação e Liberdade de Expressão (FrenteCom) e também pelo CCS, que discutiu e aprovou a Recomendação nº 01/2017, a respeito.

Da Recomendação já aprovada pelo CCS e encaminhada à presidência do Congresso Nacional, tomamos e repetimos a seguir a definição de sociedade civil, para que se possa, objetivamente, ter elementos para a escolha de sua representação.

“Segundo Norberto Bobbio, o conceito de sociedade civil é utilizado na linguagem filosófica de modo menos técnico e rigoroso que outros conceitos e aparece com significações oscilantes. Bobbio analisa o conceito gramsciano de sociedade civil e, para isso, busca na tradição filosófica os elementos de análise, do pensamento racionalista ao pensamento marxista. Sem entrar em debates filosóficos, o conceito gramsciano de sociedade civil parece o mais adequado e o que, mesmo que simplificada, é utilizado comumente no Brasil.

Para o filósofo italiano Antonio Gramsci, sociedade civil é o conjunto de organismos privados, enquanto sociedade política é o Estado. Para ele, sociedade civil não é o sistema das necessidades (relações econômicas) como em Marx, mas as instituições que regulamentam essas necessidades. A sociedade civil constitui-se através da organização e da regulamentação dos diversos interesses e constitui-se como conteúdo ético do Estado.

Para os objetivos dessa Recomendação, é suficiente conceituarmos sociedade civil como conjunto de organizações/instituições que atuam política e culturalmente incidindo sobre toda sociedade. Ressalta-se que essas organizações/instituições não podem integrar o Estado e, necessariamente, devem ter incidência sobre toda a sociedade.

A partir do conceito gramsciano de sociedade civil, podemos afirmar que as vagas destinadas à sociedade civil não devem ser preenchidas por pleitos individuais, mas a partir da indicação de entidades/organizações representantes de diversos segmentos da sociedade. O que se deve buscar é garantir condições de debates e deliberações acerca da área da comunicação, com a participação efetiva e qualificada de pessoas que tenham conhecimento dos temas, mas que tragam as percepções e reflexões coletivas e não individuais.”

Para garantir uma representação ampla e diversa, recomendamos que um dos critérios a ser incluído na lei seja a indicação por organizações/instituições de âmbito nacional e que, reconhecidamente, representem segmentos expressivos da sociedade, como mulheres, negros, jovens, indígenas, entre outros, com atuação no campo das comunicações.

Recomendamos também que estejam representadas entidades das áreas da educação e do campo jurídico. Em relação à educação, baseamo-nos na Constituição Federal, que estabelece aos meios de comunicação uma finalidade educativa. Quanto à representação dos/das operadores/as do Direito, tomamos por referência a própria natureza do CCS, de órgão auxiliar do Congresso Nacional, composto por duas casas legislativas.

Não se pode, entretanto, negar as especificidades de grande parte dos debates e das decisões ocorridas no âmbito do CCS. Por isso, recomendamos que organizações/instituições de pesquisas e de atuação social na área da comunicação também estejam representadas.

Não há dúvidas quanto à competência dos congressistas para a eleição dos membros do CCS, mas a observância de critérios para a escolha das representações da sociedade civil vai eliminar as dificuldades que existiram no passado e que permitiram erros, como a indicação de membros do governo federal e de integrantes de empresas de comunicação para as vagas da sociedade civil. O objetivo é assegurar maior transparência e participação neste processo de escolha.

Acreditamos que a representação da sociedade civil no Conselho, observados os critérios sugeridos, será diversa, plural e qualificada, contribuindo para que o interesse maior da sociedade brasileira prevaleça nas deliberações que o CCS-CN tomar, sempre com o objetivo de auxiliar o Congresso Nacional.

Diante do exposto, o CCS recomenda ao Congresso Nacional alteração da lei do CCS no sentido de incorporar os critérios abaixo relacionados para as eleições dos/as membros do Conselho, já observando a composição recomendada no tópico anterior:

I- Representantes das empresas privadas de comunicação

Indicados/as pelas entidades representativas de cada segmento (radiodifusão, mídia impressa/digital, telecomunicações, publicidade).

II – Representantes das empresas públicas de comunicação

Indicados/as pelas entidades representativas do segmento de comunicação pública.

III - Engenheiro com notório saber na área de comunicação social

Indicado pela entidade de engenharia que represente o setor.

IV – Representantes das categorias profissionais indicados/as pelas entidades sindicais representativas das categorias dos artistas, jornalistas, radialistas, profissionais do cinema e vídeo, telecomunicações e publicitários.

V – Sete representantes da sociedade civil

- Indicados/as por organizações/instituições de âmbito nacional e que, reconhecidamente,

representam segmentos expressivos da sociedade, como mulheres, negros, jovens, indígenas, entre outros;

- indicados por organizações/instituições de pesquisa sobre comunicação;
- indicados por organizações/instituições de âmbito nacional que, comprovadamente, atuam na área da comunicação.
- indicados por organizações/instituições de âmbito nacional que, comprovadamente, atuam na área da educação;
- indicados por organizações/instituições de âmbito nacional que, comprovadamente, atuam no campo jurídico.

O Conselho de Comunicação Social recomenda também que os/as conselheiros/as a serem eleitos como representantes da sociedade civil atendam, pelo menos, a um dos critérios estabelecidos.

Do processo eleitoral e posse dos conselheiros/as

Em sua breve história, o Conselho de Comunicação Social enfrentou dificuldades para o seu funcionamento. Entre elas, destacam-se o longo período da criação à implantação e, posteriormente, os interstícios entre uma formação e outra. A terceira composição, por exemplo, somente foi eleita e tomou posse quase oito anos após o encerramento da segunda.

Para evitar a descontinuidade nos trabalhos do CCS, recomendamos que na atualização da Lei nº 8.389/1991 seja incluído dispositivo estabelecendo que as eleições para a escolha dos/as conselheiros tenham de ser realizadas até três meses antes do encerramento dos mandatos. Também é recomendável que a posse dos/as novos conselheiros/as eleitos ocorra imediatamente após o término dos mandatos.

Recomenda ainda que, na atualização da lei, sejam estabelecidos, além dos critérios para a escolha dos/das conselheiros/as, normas para o processo eleitoral. Não se questiona a legitimidade de o Congresso Nacional eleger os/as conselheiros/as, mas busca-se estabelecer transparência e ampla participação nas eleições.

Neste sentido, recomendamos que na atualização da lei conste que os/as membros do Conselho e seus/suas respectivos/as suplentes serão eleitos em sessão conjunta do

Congresso Nacional, precedida de:

I – consulta, pelo CCS, às entidades representativas das empresas e das categorias profissionais representadas no Conselho para a indicação de seus representantes e respectivos suplentes;

II – abertura de chamada pública, pelo CCS, para habilitação de candidatos/as às vagas referentes à representação da sociedade civil;

III – elaboração, pelo CCS, de chapa única a ser votada pelo Congresso Nacional.

E que, em caso de vacância nas titularidades, os respectivos suplentes assumam os assentos vagos.

Brasília, 6 de maio de 2024

Conselheira Bia Barbosa

Conselheira Maria José Braga.

Conselheira Valderez Donzelli.