

**PROJETO DE RESOLUÇÃO Nº           , DE 2009**

**(Do Sr. Marco Maia)**

Dispõe sobre a criação do  
Conselho Público de Comunicação  
e do cargo de Ouvidor  
da Secretaria de Comunicação Social  
da Câmara dos Deputados.

**CAPÍTULO I**

**Disposições Gerais**

Art. 1º Esta resolução institui o Conselho Público de Comunicação para supervisionar e assessorar a Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados – SECOM na prestação e exploração dos serviços de comunicação e de divulgação institucional.

Art. 2º A prestação dos serviços de comunicação por órgãos da Secretaria de Comunicação Social deverá observar os seguintes princípios:

I – oferecer informações precisas e respeitar a diversidade de interpretações, para que o público dos veículos da Secretaria de Comunicação Social possa desenvolver consciência crítica com respeito aos temas em debate no Parlamento brasileiro;

II – atender às finalidades educativas, culturais e de utilidade pública na divulgação de informações e na criação de programas, respeitando os

direitos da pessoa, refletindo a pluralidade da sociedade brasileira e contribuindo para o pleno exercício da cidadania;

III – observar padrões éticos para garantir a isenção e não privilegiar, em seus conteúdos, interesses individuais, partidários, comerciais ou empresariais.

Art. 3º Constituem objetivos dos serviços de comunicação explorados e prestados pela Secretaria de Comunicação Social:

I – divulgar as atividades institucionais da Câmara dos Deputados e informar o público sobre seus efeitos na sociedade e na vida privada do cidadão;

II – produzir, promover e difundir programação jornalística, informativa, educativa e cultural de interesse público, com vistas a fomentar a construção da cidadania e a participação da sociedade no debate público;

III – buscar a inovação de conteúdos, linguagens e formatos que contribuam para o melhor entendimento dos atos e processos decisórios da Câmara dos Deputados;

IV – disseminar o acesso às informações e programações dos veículos de comunicação da SECOM em todo o território nacional, com vistas à universalização do acesso a esses conteúdos;

V – estimular a utilização do conteúdo dos veículos de comunicação da SECOM por outras emissoras de rádio, televisão, agências e por quaisquer outros meios de comunicação, em especial os veículos de comunicação legislativos, universitários, educativos e comunitários;

VI – criar e pôr em prática mecanismos de interação com a sociedade civil, para estimular o acesso ao debate legislativo e apoiar a promoção da transparência da Câmara dos Deputados.

## CAPÍTULO II

### Da Competência

Art. 4º Compete aos veículos de comunicação e de divulgação institucional da Secretaria de Comunicação Social, ressalvadas as suas especificidades:

I – implantar e gerenciar sua própria infraestrutura, explorando os respectivos serviços;

II – estimular a cooperação e colaboração com entidades públicas ou privadas que explorem serviços de comunicação ou radiodifusão pública, com vistas a participar da Rede Nacional de Comunicação Pública e de outras redes setoriais de interesse público;

III – apresentar proposta de Plano de Trabalho anual para encaminhamento, pelo Diretor da Secretaria de Comunicação Social, ao Conselho Público de Comunicação da SECOM;

IV – apresentar Relatório Anual de Execução do Plano de Trabalho para encaminhamento, pelo Diretor da Secretaria de Comunicação Social, para apreciação do Conselho Público de Comunicação da SECOM.

## CAPÍTULO III

### Dos Recursos

Art. 5º Os recursos dos veículos de comunicação e de divulgação institucional da SECOM serão constituídos da receita proveniente:

I – de dotações orçamentárias;

II – de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, a título de apoio cultural, admitindo-se o patrocínio de programas, eventos e projetos de utilidade pública, de promoção da cidadania

e de responsabilidade social, conforme normas internas da Câmara dos Deputados.

## CAPÍTULO IV

### Da Administração

Art. 6º O Diretor da Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados – SECOM será escolhido pelo Presidente da Câmara dos Deputados.

## CAPÍTULO V

### Do Conselho Público de Comunicação

Art. 7º O Conselho Público de Comunicação da SECOM, órgão de natureza consultiva e deliberativa, será integrado por catorze membros, designados pelo Presidente da Câmara dos Deputados, entre Deputados Federais e pessoas indicadas por entidades da sociedade civil. O Conselho Público de Comunicação da Câmara dos Deputados terá como integrantes:

I – o Presidente da Câmara dos Deputados, que será o presidente de honra do órgão e terá o voto de qualidade em casos de empate das deliberações;

II – um representante da Mesa Diretora da Câmara dos Deputados, que presidirá o Conselho na ausência do Presidente da Casa;

III – o Presidente da Comissão de Educação e Cultura da Câmara dos Deputados ou membro da comissão indicado por ele;

IV – o Presidente da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados ou membro da comissão indicado por ele;

V – o Líder da Maioria na Câmara dos Deputados ou Deputado Federal indicado por ele;

VI – o Líder da Minoria na Câmara dos Deputados ou Deputado Federal indicado por ele;

VII – sete membros escolhidos por consulta pública, a partir de listas tríplexes encaminhadas ao Presidente da Câmara dos Deputados por entidades da sociedade civil, conforme critérios estabelecidos no § 1º. do Art. 7º deste Ato da Mesa;

VIII – o Diretor da SECOM.

§ 1º. A sociedade será representada no Conselho por sete entidades de âmbito nacional, com o seguinte perfil:

I – dois indicados por entidade representativa de movimentos sociais ou de usuários de serviços de mídia;

II – um indicado por entidade representativa dos trabalhadores em atividades de comunicação social contempladas pelos serviços e produtos da SECOM;

III – um indicado por entidade representativa das empresas de comunicação social cujas atividades estejam contempladas no leque de serviços da SECOM;

IV – dois indicados por instituições acadêmicas atuantes na área de pesquisa de comunicação social;

V – um indicado por entidade da sociedade civil dedicada à defesa da democratização dos meios de comunicação.

§ 2º. O mandato dos membros será de dois anos, sendo permitida uma recondução.

§ 3º. Os integrantes do Conselho Público de Comunicação indicados por entidades da sociedade civil terão as despesas de deslocamento, alimentação e estadia necessárias ao exercício de suas atribuições custeadas pela Câmara dos Deputados.

§ 4º Não haverá remuneração para os integrantes do Conselho Público de Comunicação da SECOM.

§ 5º O Conselho Público de Comunicação deverá se reunir, ordinariamente, a cada três meses e, extraordinariamente, sempre que convocado por seu Presidente ou por dois terços de seus membros. A abertura das reuniões dar-se-á mediante o quorum mínimo de dois terços de seus membros. O *quorum* de deliberação também é de dois terços de seus membros.

§ 6º Os membros referidos no inciso VII perderão o mandato nas hipóteses de:

I – renúncia;

II – condenação em processo judicial transitado em julgado;

III – ausência injustificada a três sessões do Conselho, durante o período de doze meses;

IV – decisão do presidente da Câmara dos Deputados, mediante provocação em documento subscrito por um terço dos seus membros, com a devida justificativa por escrito.

§ 7º O Conselho Público de Comunicação contará com uma Secretaria Executiva, a ser composta por três servidores indicados pelo Presidente da Câmara dos Deputados.

§ 8º O titular da Secretaria do Conselho Público de Comunicação será o Diretor da SECOM, auxiliado pelos três servidores mencionados no item anterior.

Art. 8. Compete ao Conselho Público de Comunicação da Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados:

I – apreciar as propostas de Planos de Trabalho anuais encaminhadas pelo Diretor da SECOM, no ano anterior à sua execução;

II – apreciar Relatórios Anuais de Execução dos Planos de Trabalho encaminhados pelo Diretor da Secretaria de Comunicação;

III – deliberar sobre produções relacionadas ao cumprimento dos princípios e objetivos previstos nesta Resolução;

IV – opinar sobre a linha editorial de produção, programação e projetos propostos pelas Diretorias Executivas dos veículos e pela Divulgação Institucional da SECOM e manifestar-se sobre sua aplicação prática;

V – aprovar o Estatuto da SECOM, a ser proposto pelo Diretor da Secretaria de Comunicação, do qual deverão constar regras de funcionamento do Conselho Público, o código de conduta dos servidores, normas e procedimentos internos relativos aos veículos da SECOM e da Divulgação Institucional e ao trabalho do Ouvidor.

VI – aprovar a indicação do Ouvidor da SECOM e seus relatórios;

VII – zelar pela não interferência de partidos, entidades, instituições e empresas na gestão e na linha editorial dos veículos e da Divulgação Institucional da SECOM.

Art. 9º. A Câmara dos Deputados realizará, a cada dois anos, consulta pública para a convocação das instituições acadêmicas e organizações civis para que façam parte do Conselho Público de Comunicação.

§ 1º. Para concorrer à vaga, cada entidade deverá responder ao chamamento da Câmara dos Deputados, indicando uma lista tríplice de candidatos.

§ 2º. Os conselheiros serão selecionados por uma comissão indicada pelo Presidente da Câmara dos Deputados.

§ 3º. Os candidatos serão escolhidos pela Mesa Diretora da Câmara dos Deputados entre brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, de reputação ilibada e reconhecido espírito público.

§ 4º. É vedada a indicação a membro titular do Conselho Público de Comunicação, previsto no Inciso VII do artigo 7º, de agente público detentor de

cargo eletivo ou investido exclusivamente em cargo em comissão de livre provimento da União, Estados, Distrito Federal ou Municípios.

§ 5º. As entidades da sociedade civil que indicarem candidatos ao Conselho deverão estar legalmente constituídas.

## CAPÍTULO VI

### Do Ouvidor da Secretaria de Comunicação Social

Art. 10. A Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados contará com um Ouvidor, escolhido entre os servidores da Casa, a quem compete exercer a crítica interna da programação de seus veículos e dos projetos de divulgação institucional, com respeito ao cumprimento dos princípios e objetivos previstos nesta Resolução e aos princípios da comunicação pública, bem como examinar e as queixas e reclamações da população referentes aos itens acima citados e opinar sobre elas.

Parágrafo único. O Ouvidor deverá ter formação superior em Comunicação Social.

Art. 11. Compete ao Ouvidor:

I – acompanhar o conteúdo dos veículos e seus processos de produção e as campanhas de divulgação institucional;

II – redigir relatórios, com críticas e sugestões, para avaliação do Conselho Público de Comunicação da SECOM, a ser encaminhado a seus membros semanalmente.

Parágrafo único. O Ouvidor manterá canal de comunicação próprio com a população, conforme definido em Estatuto, sob sua inteira responsabilidade editorial.

## CAPÍTULO VII

### Disposição Final

Art. 12. Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

### **JUSTIFICAÇÃO**

A TV Câmara foi criada pela Resolução nº 21, de 1997, com a missão de ampliar a transparência dos trabalhos da Câmara dos Deputados. Durante todos estes anos de funcionamento, a TV tem se firmado como um importante canal de comunicação para a participação da sociedade, veiculando, na íntegra, as atividades do Plenário, os andamentos dos projetos e audiências públicas que ocorrem no âmbito das Comissões da Casa e nas CPIs.

Para além de seu compromisso de transmitir as sessões do Plenário da Câmara na íntegra, a TV Câmara tem produzido programação de primeira qualidade. Já recebeu diversos prêmios jornalísticos, como o conceituado Vladimir Herzog, em 2004 e 2005, e o prêmio IGE de Jornalismo – “Pelo Direito dos Brasileiros à Educação de Qualidade” na categoria Televisão Nacional em 2007. O programa de auditório Câmara Ligada recebeu, no final de 2006, o selo do Ministério da Justiça de “Especialmente Recomendado - ER” para crianças e adolescentes, criado para indicar obras educativas e informativas que contribuem para a formação de crianças e adolescentes, conforme critérios do Manual de Classificação Indicativa daquele Ministério.

A Agência de Notícias da Câmara dos Deputados tem em média 10 mil visitas por dia útil. Tem quase 40 mil assinantes do boletim eletrônico temático e divulga em média 70 notícias por dia. Além da cobertura em tempo

real, oferece os serviços de previsão da cobertura atualizada em tempo real, noticiário regionalizado, alimentação de página em tempo real no Twitter, a previsão de reuniões e votações para a semana seguinte, divulga matérias sobre reuniões, votações e audiências públicas que, pelos critérios de urgência e relevância, não integraram o noticiário em tempo real, e distribui boletim eletrônico com as principais notícias do dia. O Boletim Eletrônico permite ao leitor escolher, entre 29 assuntos, aqueles sobre os quais deseja receber notícias. Hoje há quase 40 mil assinantes.

A Rádio Câmara foi criada em 1999. Ela opera em frequência modulada no Distrito Federal (96,9 MHz), e é transmitida também pela internet ou pelo satélite Brasilsat 1. Ela transmite as sessões plenárias, veicula *flashes* ao vivo de reuniões importantes (como CPIs e Conselho de Ética), de séries de reportagens e campanhas sobre temas ligados à cidadania, como direitos da criança, violência doméstica, meio ambiente, além dos radiojornais. A programação musical privilegia a MPB. Também é de responsabilidade da emissora a produção de boletim diário para a “A Voz do Brasil”.

A Rádio Câmara oferece em sua página na internet todo o conteúdo da rádio em texto e áudio, disponível para *download* no formato MP3 gratuitamente, além de campanhas e séries educativas voltadas para a promoção da cidadania.

O Jornal da Câmara tem uma tiragem diária de 5 mil exemplares de terça a sexta. Desde abril de 2009, nas segundas-feiras ele circula com 17 mil exemplares, distribuídos em todos os municípios do país, sendo enviado a todas as Câmaras de Vereadores, todas as prefeituras e todos os deputados estaduais.

Segundo um levantamento recente, 52% das matérias publicadas pelo Jornal da Câmara provêm de notícias também veiculadas pela Agência Câmara; o restante do conteúdo são os discursos de grande expediente e os de pinga-fogo, além de entrevistas e matérias especiais. No jornal de segunda-feira, que faz o papel de edição semanal e nacional, publicam-se também

artigos dos deputados, em geral dois em cada edição, e ainda entrevistas com três ou quatro deputados a cada vez.

Desta forma, a população acompanha diretamente, e sem intermediários, os trabalhos de seus deputados federais. A Câmara dos Deputados, através de seus veículos de comunicação, tornou-se, então, fonte primária de informação para a população.

Em 2007, o Governo Federal enviou a esta Casa a Medida Provisória nº 398, que criou a Empresa Brasil de Comunicação – EBC, gestora da TV Brasil. Nesta Medida Provisória foram estabelecidos os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo Federal. Este texto trouxe importante contribuição ao debate sobre o papel das TVs públicas estatais e não estatais e criou mecanismos de gestão pública, como a instituição de um Conselho Curador, para garantir a participação da sociedade na definição de rumos da EBC.

No Brasil, a Fundação Padre Anchieta, responsável pela TV Cultura, e a Rede Minas já contavam com Conselhos Curadores, formados por dezenas de representantes cada.

Ainda em maio de 2007, aconteceu o I Fórum Nacional de TVs Públicas, organizado pelo Ministério da Cultura e associações nacionais representativas das TVs educativas, comunitárias, universitárias e legislativas, que contou com a participação da sociedade civil e militantes do movimento social, profissionais da cultura, cineastas, produtores independentes, comunicadores, acadêmicos e telespectadores. Nessa ocasião, ficou claro que “o Brasil precisa, no seu trilhar em busca da democracia com igualdade e justiça social, de TVs Públicas independentes, democráticas e apartidárias”, o que ficou expresso na Carta de Brasília ao final do Fórum.

Entre as recomendações constantes da Carta de Brasília, destacamos que “a TV Pública deve ser instrumento de universalização dos direitos à informação, à comunicação, à educação e à cultura, bem como dos outros direitos humanos e sociais; a TV Pública deve estar ao alcance de todos os cidadãos e cidadãs; a TV Pública deve ser independente e autônoma em

relação a governos e ao mercado, devendo seu financiamento ter origem em fontes múltiplas, com a participação significativa de orçamentos públicos e de fundos não contingenciáveis; as diretrizes de gestão, programação e a fiscalização dessa programação da TV Pública devem ser atribuição de órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o Estado ou o Governo não devem ter maioria”.

Todas essas recomendações, entendemos, devem ser adotadas, aprimoradas e perseguidas também pelos veículos de comunicação desta Casa. Somente a busca pela implementação dos mecanismos de gestão pública nos veículos da Secom vai garantir a imparcialidade de seus trabalhos e a não interferência política e partidária.

Estudo da Consultoria Legislativa desta Casa, intitulado *Controle Social e novo Modelo de Gestão na TV Câmara* — realizado em maio de 2007 a pedido da Secom —, faz uma exposição sobre o funcionamento de TVs legislativas, públicas e estatais de vários países, como a BBC da Grã-Bretanha, a NHK do Japão, a C-Span do Parlamento Americano e o canal legislativo francês, entre outras.

Para a proposta aqui apresentada, foi retirado deste estudo o exemplo da experiência da BBC de contar com um *Trust*, órgão máximo de decisão, formado por 12 pessoas de formações diferentes, sendo uma espécie de Conselho Curador cuja missão é proteger os direitos e interesses do público. Esse *Trust* é responsável pela aprovação de um plano de trabalho para a gestão de cada um dos veículos da BBC e pela aprovação da prestação de contas ao final dos trabalhos daquela gestão.

Para que os veículos de comunicação da Secom tenham credibilidade junto à população brasileira, premissa básica para justificar sua própria existência, é preciso criarmos mecanismos para que sua administração não sofra pressões e interferências das diversas correntes políticas representadas nesta Casa. Todas as correntes políticas devem ter espaço igualitário nos conteúdos jornalísticos dos veículos da Casa, para que a pluralidade esteja refletida nesses conteúdos.

A criação, portanto, do Conselho Público de Comunicação, vai ao encontro dessas experiências, nacionais e internacionais, de aprimoramento e melhor gerenciamento dos veículos da Secom, o que certamente vai fortalecer o debate público sobre o Parlamento.

O Conselho Público de Comunicação da Secom, aqui proposto, será formado por representantes da Mesa Diretora da Casa, das Comissões Permanentes, dos funcionários da Secom – assim como acontece na BBC, na EBC e na Fundação Padre Anchieta (TV Cultura) – e da sociedade civil.

Esta resolução delimita o escopo de entidades da sociedade civil que poderão se candidatar à seleção para composição do Conselho a partir de suas finalidades, definidas da seguinte forma: entidades representativas de movimentos sociais ou de usuários de serviços de mídia; entidades representativas dos trabalhadores em atividades de comunicação social contempladas pelos serviços e produtos da Secom; entidades representativas das empresas de comunicação social cujas atividades estejam contempladas no leque de serviços da Secom; instituições acadêmicas atuantes na área de pesquisa de comunicação social; e entidades da sociedade civil dedicadas à defesa da democratização dos meios de comunicação.

A escolha dos representantes da sociedade civil se dará por meio de consulta pública, a ser aberta por meio do sítio da Câmara dos Deputados na internet. Esse procedimento é adotado pela Comissão Bicameral do Parlamento mexicano, responsável pela gestão do Canal do Congresso, para a seleção dos integrantes do conselho consultivo.

Como cada cidadão pode ter uma visão diferente para a formação do Conselho Público de Comunicação, a experiência mexicana nos pareceu a mais apropriada e democrática.

Em maio passado, aconteceu aqui nesta Casa o II Fórum de TVs Públicas, em que foram reafirmados compromissos firmados no I Fórum e explicitadas novas demandas das TVs públicas. No documento final desse II Fórum consta a necessidade de que o sistema de radiodifusão pública estatal se guie pelos princípios constantes no artigo 221 da Constituição Federal e na

Lei nº 11.652, de 2008, que criou a EBC. Esses princípios estão refletidos neste projeto de resolução.

Conforme está aqui proposto, os veículos da Secom deverão: oferecer informações precisas e respeitar a diversidade de interpretações, para que o público dos veículos da Secretaria de Comunicação da Câmara dos Deputados possa desenvolver consciência crítica acerca dos temas em debate no Parlamento brasileiro; atender às finalidades educativas, culturais e de utilidade pública na divulgação de informações e na criação de programas, respeitando os direitos da pessoa, refletindo a pluralidade da sociedade brasileira e contribuindo para o pleno exercício da cidadania; e observar padrões éticos para garantir a isenção e não privilegiar, em seus conteúdos, interesses individuais, partidários, comerciais ou empresariais.

Esses princípios serão implementados em conformidade com os seguintes objetivos institucionais: divulgar as atividades institucionais da Câmara dos Deputados e informar o público sobre seus efeitos na sociedade e na vida privada do cidadão; produzir, promover, e difundir programação jornalística, informativa, educativa e cultural de interesse público, com vistas a fomentar a construção da cidadania e a participação da sociedade no debate público; buscar a inovação de conteúdos, linguagens e formatos que contribuam para o melhor entendimento dos atos e processos decisórios da Câmara dos Deputados; disseminar o acesso às informações e programações dos veículos de comunicação da Secom em todo o território nacional, com vistas à universalização do acesso a esses conteúdos; estimular a utilização do conteúdo dos veículos de comunicação da Secom por outras emissoras de rádio, televisão, agências e por quaisquer outros meios de comunicação, em especial os veículos de comunicação legislativos, universitários, educativos e comunitários; e criar e praticar mecanismos de interação com a sociedade civil, para estimular o acesso ao debate legislativo e apoiar a promoção da transparência da Câmara dos Deputados.

Será competência do Conselho Público de Comunicação da Secom: apreciar as propostas de Planos de Trabalho anuais encaminhadas pelo Diretor

da Secretaria de Comunicação Social, no ano anterior à sua execução; apreciar Relatórios Anuais de Execução dos Planos de Trabalho encaminhados pelo Diretor da Secretaria de Comunicação; opinar sobre produções relacionadas ao cumprimento dos princípios e objetivos previstos nesta Resolução e zelar pela observância desses mesmos princípios e objetivos; opinar sobre a linha editorial de produção, programação e projetos propostos pelas Diretorias Executivas dos veículos e pela Divulgação Institucional da Secom e manifestar-se sobre sua aplicação prática; aprovar o Estatuto da Secom, a ser proposto pelo Diretor da Secretaria de Comunicação, do qual deverão constar regras de funcionamento do Conselho Público, o código de conduta dos servidores, normas e procedimentos internos relativos aos veículos da Secom e da Divulgação Institucional, e ao trabalho do Ouvidor; aprovar a indicação do Ouvidor da Secom e seus relatórios; e zelar pela não interferência partidária, de entidades, instituições e empresas na gestão e na linha editorial dos veículos e da Divulgação Institucional da Secretaria de Comunicação.

Ainda no documento resultante do II Fórum de TVs Públicas, ficou claro que o modelo de financiamento das TVs do campo público impacta diretamente a consecução de seus objetivos e missão, e por isso decidiu-se pela não exibição de publicidade de produto ou serviço em nenhuma das emissoras públicas estatais e não estatais. A proposta, aqui apresentada, cria a possibilidade de que os veículos da Secom captem recursos em forma de patrocínio institucional. Dessa forma, busca-se uma nova forma de financiamento, adotada para a EBC / TV Brasil, que a nosso ver deve ser estendida aos veículos públicos estatais. A qualidade de nossos veículos e da nossa comunicação institucional e o alcance destes veículos podem ser alavancados a partir de novos investimentos que não onerem esta Casa.

Por fim, a resolução aqui proposta também cria a função de Ouvidor da Secom, para estabelecer vínculo direto dos cidadãos brasileiros com os veículos desta Casa.

Diante das perspectivas de aumentarmos a visibilidade dos veículos desta Casa por meio da TV Digital e de novas estações retransmissoras da Rádio Câmara, torna-se imprescindível adotarmos estes mecanismos de gestão pública e transparência destes importantes veículos de comunicação da Câmara dos Deputados.

Sala das Sessões, em            de            de 2009.

---

**Deputado MARCO MAIA**