

COMISSÃO DE LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA

SUGESTÃO Nº 19, DE 2021

Sugere Projeto de Lei que estabelece conceito e diretrizes da Comunicação Pública, dispõe sobre a organização dos Serviços de Comunicação Pública nos poderes das esferas federal, estadual, distrital e municipal, nos órgãos autônomos, empresas públicas e entidades conveniadas.

Autora: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Relatora: Deputada LUIZA ERUNDINA

I - RELATÓRIO

Chegou a esta Comissão de Legislação Participativa (CLP) a Sugestão nº 19, de 2021, apresentada pela Associação Brasileira de Comunicação Pública, que sugere a apresentação de Projeto de Lei que estabelece conceito e diretrizes da Comunicação Pública, dispõe sobre a organização dos Serviços de Comunicação Pública nos poderes das esferas federal, estadual, distrital e municipal, nos órgãos autônomos, empresas públicas e entidades conveniadas. A sugestão foi apresentada à CLP em 6 de dezembro de 2021. Posteriormente, em 14 de dezembro de 2021, fui designada relatora da proposição.

Desse modo, nos termos da Resolução nº 21, de 2021, que criou a Comissão de Legislação Participativa, bem como do Regulamento Interno da Comissão, cabe a esta relatoria analisar a viabilidade da transformação da presente sugestão em uma proposição legislativa, com vistas ao início da sua tramitação no Congresso Nacional.

É o relatório.



II - VOTO DA RELATORA

Analisamos, nesta oportunidade, a Sugestão nº 19, de 2021, apresentada pela Associação Brasileira de Comunicação Pública, que sugere a apresentação de Projeto de Lei que estabelece conceito e diretrizes da Comunicação Pública, dispõe sobre a organização dos Serviços de Comunicação Pública nos poderes das esferas federal, estadual, distrital e municipal, nos órgãos autônomos, empresas públicas e entidades conveniadas.

Inicialmente, observamos que a Associação Brasileira de Comunicação Pública é uma associação ou órgão de classe, regularmente registrada, com sede em Brasília-DF, que reúne e representa os comunicadores da área pública-governamental e do terceiro setor. A entidade desenvolve, apoia e fomenta padrões de excelência para a atuação dos comunicadores do Executivo, Judiciário, Legislativo, empresas públicas e terceiro setor, nos níveis federal, estadual e municipal. A secretaria-executiva da CLP, em documento datado de 6 de dezembro de 2021, declarou que a documentação especificada nos Incisos "I" e "II" do art. 2º do Regulamento Interno da Comissão de Legislação Participativa encontra-se regularizada. Desse modo, restam atendidos os requisitos previstos no art. 2º do referido regulamento interno, para efeito de recebimento de sugestão de iniciativa legislativa.

Na documentação encaminhada pela Associação Brasileira de Comunicação Pública, consta carta intitulada “Carta Goiás Pelo Fortalecimento da Comunicação Pública”, datada de 20 de outubro de 2021, na qual se informa, entre outros, que uma proposta de Lei Geral da Comunicação Pública foi colocada em consulta pública, até o dia 20 de novembro, visando o recebimento de contribuições para o seu aperfeiçoamento. Também constam dos documentos apresentados a minuta da citada proposta, constituída por 12 artigos, oriunda deste processo de consulta pública. Na minuta de justificação encaminhada, a entidade ressalta o seguinte:

“A proposição agora apresentada é resultado de uma construção coletiva. Profissionais, pesquisadores, docentes e entidades



representativas se uniram para desenhar um marco legal que assegure aos serviços de comunicação do poder público as condições de serem mais que a boca que fala em nome do Estado. Serem também os atentos ouvidos do Estado. E garantir que os olhos da sociedade enxerguem dentro do Estado. O texto acima busca aprofundar o debate sobre as condições de funcionamento de verdadeiros Serviços de Comunicação Pública, ligados aos três poderes da República, nas três esferas de governo, bem como a órgãos autônomos, auxiliares, empresas públicas, autarquias de qualquer natureza e entidades conveniadas. ”

Entendemos meritória a sugestão apresentada, e concordamos com os argumentos da Associação Brasileira de Comunicação Pública, que, por meio de sua proposta, busca ampliar a transparência da atividade estatal nos três poderes da República e nas três esferas de governo. Ademais, ressalte-se que, passados mais de 30 anos da promulgação da Constituição Federal, ainda não há definição bem estabelecida do que vem a ser o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal dos serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, previsto em seu art. 223. Entendemos que, nos termos propostos, a minuta de Projeto de Lei apresentada pela Associação Brasileira de Comunicação Pública auxilia na regulamentação deste dispositivo, na medida em que define de maneira mais precisa o que vem a ser o sistema público de comunicação.

Em conclusão, votamos pelo **ACOLHIMENTO** da sugestão nº 19, de 2021, apresentada pela Associação Brasileira de Comunicação Pública, nos termos do Projeto de Lei anexo.

Sala da Comissão, em de maio de 2022.



Deputada LUIZA ERUNDINA
Relatora



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Luiza Erundina
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD222739818500>



COMISSÃO DE LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA**PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2022
(DA COMISSÃO DE PARTICIPAÇÃO LEGISLATIVA)**

Estabelece conceito e diretrizes da Comunicação Pública, dispõe sobre a organização dos Serviços de Comunicação Pública nos poderes das esferas federal, estadual, distrital e municipal, nos órgãos autônomos, empresas públicas e entidades conveniadas, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei estabelece o conceito e as diretrizes da Comunicação Pública e dispõe sobre a organização dos Serviços de Comunicação Pública nos três poderes das esferas federal, estadual, distrital e municipal, nos órgãos autônomos, nas empresas públicas e nas entidade conveniadas, além de disciplinar a gestão e a utilização desses serviços, incluídas emissoras de rádio e TV, portais, aplicações e perfis institucionais em plataformas de Internet, serviços de atendimento ao cidadão, ouvidorias e assessorias nas áreas de comunicação em geral.

Art. 2º Para os fins desta lei, considera-se:

I - Comunicação Pública: todas as ações informativas, consultas de opinião e práticas de interlocução, em qualquer âmbito, postas em prática por meio do emprego de recursos públicos, mediante processos decisórios transparentes, inclusivos e abertos à participação crítica e às apelações da sociedade civil;

II - Serviço de Comunicação Pública: unidade ou conjunto de unidades administrativas de um poder, órgão público, autarquia, empresa pública, ou entidade conveniada que exerça, de forma integrada ou segmentada, atividades de comunicação social, tais como relações públicas, jornalismo, editoração, produções audiovisuais, publicidade e divulgação institucional;



III - Política de Comunicação Pública: conjunto de diretrizes, posturas, estratégias e ações que objetivam orientar o relacionamento de uma organização com seus públicos.

Art. 3º A Comunicação Pública é regida pelas seguintes diretrizes:

I - ofertar informações precisas e retratar a diversidade de opiniões para que a sociedade possa desenvolver consciência crítica com respeito aos temas que lhe dizem respeito, tanto localmente, como no país e no cenário internacional;

II - atender às finalidades informativas, educativas, culturais e de utilidade pública, previstas da Constituição Federal, respeitando os direitos da pessoa, contribuindo para o pleno exercício da cidadania;

III - garantir a isenção e não privilegiar, em seus conteúdos, interesses individuais, partidários ou empresariais;

IV - garantir o acesso universal à informação, por meios plurais, linguagem simples e inclusiva, que possibilite a compreensão pelos diferentes estratos da sociedade, com a adoção de medidas apropriadas para eliminar e prevenir barreiras nas comunicações e na informação, atitudinais ou tecnológicas.

V - fomentar o diálogo, criando espaços para interlocução entre as pessoas e delas com a instituições, estimulando a cidadania ativa;

VI - estimular a participação na formulação, na implantação e na avaliação das políticas públicas;

VII - promover direitos, a democracia, a solidariedade, a diversidade e a busca do consenso;

VIII - combater a desinformação, com a oferta de dados precisos, checagem de fatos e disseminação de correções e de informações verificadas;

IX – ouvir a sociedade, para compreender os interesses da população;

X – focar no cidadão, adaptando as informações ao nível de conhecimento, às condições e às possibilidades de cada pessoa envolvida;



XI – respeitar a pluralidade, garantindo a representatividade de todos os segmentos da sociedade;

XII – garantir publicidade e transparência aos atos públicos, de forma explicada e acessível;

XIII – zelar pela impessoalidade da comunicação;

XIV – zelar pela ética na sua atuação;

XV – garantir eficácia comunicativa;

XVI – garantir eficiência às ações comunicativas, baseando-se em princípios técnicos, zelando pela utilidade e relevância dos conteúdos veiculados e otimizando recursos.

Art. 4º Constituem objetivos dos Serviços de Comunicação Pública:

I - divulgar as atividades institucionais, prioritariamente as de caráter coletivo e colegiado, bem como fatos do cotidiano que digam respeito aos poderes públicos, e informar o público sobre seus efeitos na sociedade e na vida privada do cidadão;

II - buscar a inovação de conteúdos, linguagens e formatos, a fim de contribuir para o melhor entendimento dos atos e processos decisórios dos poderes públicos e das implementações de suas ações;

III - assegurar o acesso, a proteção e a defesa dos direitos do cidadão enquanto usuários dos serviços públicos, via fortalecimento das ouvidorias, e do tratamento das manifestações da sociedade, visando o aperfeiçoamento contínuo da administração pública.

IV - disseminar o acesso às informações e programações dos vários veículos de comunicação pública em todo o território de abrangência do respectivo poder ou órgão, com vistas à universalização do acesso a esses conteúdos;

V - estimular a utilização do conteúdo dos veículos de comunicação social por outras emissoras, agências e por quaisquer outros meios de comunicação social, em especial outros veículos de comunicação pública, tais



como canais educativos, legislativos, universitários e comunitários, contribuindo para a integração entre os Serviços de Comunicação Pública, para uso eficiente dos recursos públicos;

VI - criar e pôr em prática mecanismos de interação com a sociedade civil para estimular o acesso à construção e à avaliação de políticas públicas e à promoção da transparência.

VII - estimular a produção independente;

VIII - priorizar a veiculação da produção artística local, regional, nacional, lusófona e ibero-americana na programação linear, nas transmissões por demanda e nos demais produtos.

IX - difundir culturas e informações de outras nações, visando à integração entre os povos, especialmente os da América Latina e da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa;

X - apoiar e promover o melhor atendimento da população nos serviços públicos, seja presencialmente ou via canais virtuais, atuando na comunicação interna dos órgãos públicos e prestadores de serviços a estes ligados, em prol de fluxo de informações tempestivo, eficiente e eficaz para o cidadão;

XI - garantir às pessoas com deficiência adaptações ou tecnologias assistivas necessárias para assegurar acessibilidade plena a informações e serviços, coibindo qualquer forma de discriminação por motivo de deficiência.

Art. 5º Para fins de acompanhamento do cumprimento das diretrizes e dos objetivos, será instituído um Conselho de Comunicação Pública, obrigatoriamente, para cada Serviço de Comunicação Pública com mais de 10 (dez) servidores, entre efetivos e comissionados, e voluntariamente para os demais casos, e ao qual compete:

I - definir a Política de Comunicação Pública, submetida a consulta pública, seu regimento interno, bem como os critérios de cobertura jornalística e divulgação institucional;



II - manifestar-se sobre as atividades do Serviço de Comunicação Pública, de ofício ou quando provocado pelo respectivo órgão ou pela sociedade;

III - manifestar-se sobre:

a) a programação dos canais públicos lineares e o conteúdo sob demanda;

b) os manuais de procedimentos e de redação dos Serviços de Comunicação Pública;

c) as ações de comunicação institucional;

e) as propostas de estrutura organizacional e de pessoal;

f) a competência, a produtividade e o gerenciamento dos serviços;

g) as propostas de orçamento e de prestação de contas;

h) a indicação dos diretores dos serviços.

§ 1º Os conselhos serão formados por representantes do poder, órgão, autarquia, empresa ou entidade ao qual o serviço esteja vinculado, em número mínimo de três (3), os quais definirão colegiadamente a representação paritária da sociedade civil, voluntária, cujos candidatos serão inscritos por meio de convocação pública, priorizadas as representações coletivas e acadêmicas.

§ 2º A presidência de Conselho é privativa de servidor efetivo que deverá ter formação e experiência comprovada na área de comunicação social e, preferencialmente, na área da comunicação pública.

§ 3º Os integrantes dos Conselhos terão mandatos fixos, preferencialmente com termos alternados, com mínimo de um ano e máximo de dois anos, permitidas até duas reconduções imediatas;

§ 4º Os Conselhos reunir-se-ão ordinariamente a cada bimestre ou extraordinariamente por convocação:

a) do seu Presidente;

b) de pelo menos um terço de seus membros;

c) da autoridade máxima do poder ou órgão ao qual o Serviço de Comunicação Pública esteja vinculado;



§ 5º As orientações dos Conselhos serão tomadas pela maioria de seus membros.

Art. 6º Para a realização de suas atividades, os Serviços de Comunicação Pública poderão:

a) valer-se de convênios de cooperação com emissoras, entidades da sociedade civil e empresas públicas ou privadas;

b) realizar produtos em regime de coprodução;

c) distribuir sua programação via radiodifusão terrestre aberta, via satélite, cabodifusão, redes de comunicação por computador, difusão por demanda, além de outros recursos de comunicação que vierem a se tornar disponíveis;

d) valer-se de convênios com vistas ao desenvolvimento de veículos de caráter comunitário; e

e) buscar a autonomia tecnológica de suas aplicações de Internet, evitando a dependência de plataformas privadas, especialmente daquelas cuja curadoria de conteúdo careça de transparência e responsabilização;

Art. 7º As atividades jornalísticas e culturais terão caráter apartidário e imparcial, e deverão refletir a pluralidade ideológica do conjunto da sociedade brasileira, ressalvados os posicionamentos de intolerância e segregação de qualquer natureza.

§ 1º Os Serviços de Comunicação Pública assegurarão em suas produções de caráter jornalístico o tratamento isonômico às manifestações e o direito de resposta.

§ 2º O noticiário dos veículos públicos deverá ser escrito e apresentado em linguagem simples, que torne os assuntos abordados compreensíveis ao público em geral.

§ 3º Aos profissionais dos Serviços de Comunicação Pública, quando no exercício de funções jornalísticas, é assegurado o acesso às mesmas dependências dos demais integrantes da imprensa.



§ 4º Os programas jornalísticos produzidos pelos Serviços de Comunicação Pública serão preferencialmente elaborados e apresentados por jornalistas servidores efetivos e estáveis.

Art. 9 É vedado aos Serviços de Comunicação Pública:

I - o bloqueio ou banimento de usuários, salvo por determinação judicial;

II - o uso dos serviços por qualquer pessoa para fins privados, eleitorais ou para publicidade de caráter pessoal, partidário ou comercial;

§ 1º As atividades de interesse individual de autoridades não serão objeto de cobertura jornalística pelos Serviços de Comunicação Pública.

§ 2º As imagens, áudios e textos elaborados pelos Serviços de Comunicação Pública serão cedidos gratuitamente para outros veículos de comunicação social, públicos, estatais ou privados, salvo limitação de natureza técnica, e desde que não venham ser alvo de comercialização, devendo ser identificada a origem do material quando de sua difusão ao público.

§ 3º Os Serviços de Comunicação Pública manterão arquivos de textos, sons e imagens abertos à consulta pela população e disponíveis para cópias de uso pessoal, salvo os casos cuja viabilidade técnica da cópia exija pedido, que deve ser fundamentado, por escrito, com indicação exata do conteúdo desejado.

§ 4º Os Serviços de Comunicação Pública poderão cobrar pela produção de cópias de seus acervos, bem como comercializar e licenciar os produtos que julgarem conveniente, salvo condições abrangidas pelo § 2º, e devendo a receita de tais comercializações ser totalmente reinvestida no custeio dos referidos serviços.

Art. 10 As instalações, os materiais e os equipamentos dos Serviços de Comunicação Pública somente poderão ser utilizados para a realização das atividades e para o cumprimento dos objetivos estabelecidos por esta Lei.

§ 1º É vedada a cessão de servidores, equipamentos, instalações e materiais dos Serviços de Comunicação Pública para gravações e produções



peçoais de autoridades, partidos políticos, bem como de instituições privadas, salvo, neste último caso, quando da existência de contrato ou convênio de coprodução.

§ 2º É vedado o uso de servidores, equipamentos, instalações e materiais dos Serviços Públicos de Comunicação para gravações e produções de propaganda de caráter eleitoral.

§ 3º Servidores efetivos ou comissionados dos Serviços de Comunicação Pública não poderão ser contratados direta ou indiretamente por titulares de poderes e órgãos públicos ao qual já prestem serviço.

§ 4º As autoridades públicas que derem uso indevido às instalações, aos materiais e aos equipamentos dos Serviços de Comunicação Pública serão passíveis de apuração imediata, mediante sindicância ou processo administrativo disciplinar, assegurada a ampla defesa, de acordo com rito disciplinar de cada órgão.

Art. 11 É vedada a transferência da administração, da direção, do planejamento, da gerência ou da coordenação dos Serviços de Comunicação Pública a empresas privadas.

Parágrafo único: No caso de contratação de serviços privados de comunicação, é vedada a adesão a cláusulas contratuais, políticas ou termos de uso que contrariem quaisquer diretrizes desta lei.

Art. 12 Esta Lei entra em vigor 180 dias após a sua publicação.

Sala da Comissão, em de maio de 2022.

Deputada LUIZA ERUNDINA
Relatora

