



**COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E  
INFORMÁTICA**

**REQUERIMENTO Nº , DE 2021**

**(Do Sr. LUÍS MIRANDA)**

Requer a realização de audiência pública, para discutir a aplicação dos recursos oriundos do orçamento da Secretaria Especial de Comunicação Social - SECOM do Governo Federal destinados à publicidade nos meios de comunicações.

Senhor Presidente,

Nos termos regimentais, requeiro a Vossa Excelência que, ouvido o Plenário, seja aprovado o presente requerimento de audiência pública, para discutir a aplicação dos recursos oriundos do orçamento da Secretaria Especial de Comunicação Social - SECOM do Governo Federal destinados à publicidade nos meios de comunicações, convidando os seguintes representantes:

1. Ministério das Comunicações – Excelentíssimo Sr. Fábio Faria;
2. CNCOM - Confederação Nacional da Comunicação Social;
3. ABAP - Associação Brasileira de Agências de Publicidade;
4. FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Publicidade;
5. ANJ - Associação Nacional de Jornais;
6. ADJORI-SC - Associação dos Jornais do Interior de Santa Catarina;
7. ANER - Associação Nacional de Editores de Revistas;
8. ABERT - Associação Brasileira as Emissoras de Rádio e Televisão;
9. ABRATEL - Associação Brasileira de Rádio e Televisão;
10. Associação Paulista de Portais e Jornais – APJ;
11. CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.

**JUSTIFICATIVA**





## CAMARA DOS DEPUTADOS

Apresentação: 20/10/2021 17:36 - CCTCI

REQ n.131/2021

Os recursos do orçamento do governo federal destinados à publicidade nos meios de comunicação têm sido usados dentro de critérios técnicos, visando atingir com maior eficiência a população, ou estão submetidos a conveniências políticas? O artigo 37 da Constituição define que a administração pública deve obedecer a princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade e eficiência, mas tudo indica que a publicidade do governo federal tem sido feita à margem dessas definições.

Nos últimos anos, o Tribunal de Contas da União (TCU) abriu diversos procedimentos para apurar a distribuição do bolo publicitário do governo federal. Em auditoria sobre a repartição dos recursos, o tribunal entendeu que faltam critérios técnicos para embasar a distribuição desses recursos. Isso ficou patente em agosto do ano passado, quando o TCU realizou o “Painel de Referência – critérios técnicos para alocação de verbas em campanhas publicitárias do Governo Federal”.

Também no ano passado, a partir de determinação do ministro Vital do Rêgo, do TCU, o governo federal foi obrigado a não destinar recursos de campanhas publicitárias a sites e plataformas digitais que se relacionam a atividades ilegais ou que tenham conteúdo estranhos ao motivo da publicidade. A decisão do ministro se baseou em representação do subprocurador-geral do Ministério Público junto ao TCU, Lucas Rocha Furtado.

Mais recentemente, em junho de 2021, acórdão do TCU, decorrente de processo relatado pelo mesmo ministro Vital do Rêgo, demonstrou a falta de uma política de comunicação eficiente do governo federal no combate à pandemia da Covid-19. Na ocasião, o ministro considerou que a “omissão” e “hesitação” do governo no combate à pandemia, tanto no plano da comunicação quanto em outras frentes, justifica que o Congresso, por meio de suas comissões temáticas, debata medidas legislativas que possam melhorar o planejamento para futuras crises.

Ao mesmo tempo em que ocorre essa inação do governo federal em utilizar os recursos orçamentários para publicidade no combate à pandemia, se tem notícia de que veículos de fake-news recebem anúncios do governo, em detrimento da mídia do jornalismo profissional e de qualidade, que presta excepcional trabalho de informação à população para o enfrentamento da Covid-19. Vide as campanhas publicitárias desses meios de comunicação e o Consórcio de Veículos de Imprensa formado para reunir dados confiáveis sobre a pandemia.

Nunca é demais lembrar que os recursos orçamentários do governo federal, não apenas para a publicidade, são dinheiro público, proveniente dos



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Luis Miranda

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD210947785200>

\* C D 2 1 0 9 4 7 7 8 5 2 0 0 \*



## CAMARA DOS DEPUTADOS

impostos dos cidadãos e das empresas. As verbas publicitárias do governo federal, portanto, devem ser utilizadas com a máxima eficiência e não podem favorecer ou discriminar meios de comunicação. Não podem também financiar veículos de comunicação que promovam a desinformação ou discursos de ódio. Não devem ainda ser gastas se sua correta aplicação não puder ser auditada ou conferida de forma independente.

Distorções na destinação dos recursos públicos para a publicidade do governo federal colaboram ainda para agravar a situação econômica dos meios de comunicação de jornalismo profissional e de qualidade, que enfrentam no Brasil, como em todo o mundo, profunda crise decorrente da atuação das grandes plataformas digitais, as chamadas “Big Techs”.

Em um mundo em que a informação profissional e confiável é cada vez mais importante para a cidadania e a democracia, a falta de regulação dessas plataformas digitais e de legislações que determinem que elas remunerem os conteúdos jornalísticos de que se apropriam têm enfraquecido de forma extremamente preocupante os meios de comunicação. Prova disso é o surgimento dos chamados “desertos de notícias”, cidades ou regiões que já não têm mais nenhum meio de comunicação local. Além do grave prejuízo para os cidadãos, é sabido o crescente desemprego no setor de comunicação.

Diante do exposto e buscando aprofundar o conhecimento desta comissão a respeito dos critérios e práticas no uso dos recursos orçamentários do governo federal para publicidade, solicitamos apoio dos nobres pares para aprovação do presente requerimento.

Sala das Sessões,                      de Outubro de 2021.

**Deputado Luís Miranda**

**DEM / DF**



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Luis Miranda  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD210947785200>

