



CAMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

REQUERIMENTO N° , DE 2021
(Do Sr. LUÍS MIRANDA)

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

REQ n.131/2021

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



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

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, imparcialidade, 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

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





CAMARA DOS DEPUTADOS

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

REQ n.131/2021

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 discriminhar 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>



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