



SENADO FEDERAL
Senador FLÁVIO ARNS

SF/26874.9551 1-83

PARECER Nº , DE 2026

Da COMISSÃO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO E INFORMÁTICA, sobre o Projeto de Lei nº 5.333, de 2023 (Projeto de Lei nº 6.190, de 2016, na Câmara dos Deputados), da Deputada Erika Kokay, que *dispõe sobre a valorização e o empoderamento das pessoas com deficiência nas peças publicitárias de órgãos da administração pública direta e indireta.*

Relator: Senador **FLÁVIO ARNS**

I – RELATÓRIO

Chega à Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação e Informática (CCT) o Projeto de Lei nº 5.333, de 2023 — originariamente autuado como Projeto de Lei nº 6.190, de 2016, na Câmara dos Deputados —, de autoria da Deputada Erika Kokay.

A proposição determina, em seu art. 1º, que, nas peças publicitárias realizadas por órgãos da administração pública direta e indireta em que for necessária a exposição de pessoas, será exigida a contratação de, pelo menos, 5% de pessoas com deficiência, com arredondamento para o número inteiro subsequente em caso de fração.

O art. 2º prevê vigência imediata da lei a partir de sua publicação.

A matéria passou pelo exame da Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa (CDH), que deliberou por sua aprovação. Na sequência da tramitação, o projeto foi distribuído à Comissão de Comunicação e Direito Digital (CCDD). Contudo, em razão de sua não

1





SENADO FEDERAL
Senador FLÁVIO ARNS

SF/26874.9551 1-83

instalação, foi redespachada à CCT, nos termos do art. 48, inciso X, do Regimento Interno do Senado Federal.

Não foram apresentadas emendas ao texto.

II – ANÁLISE

Conforme determina o Regimento Interno do Senado Federal, nos termos do seu art. 104-G, cumpre à Comissão de Comunicação e Direito Digital (CCDD) opinar acerca de proposições que versem política nacional de comunicação, direito digital e meios de comunicação social e redes sociais. Com a aprovação do Ato do Presidente nº 22, de 28 de outubro de 2025, as competências da CCDD passaram a ser exercidas pela CCT. Assim, compete a este Colegiado deliberar a matéria em tela.

A proposição não apresenta óbices de natureza jurídica, constitucional ou de técnica legislativa. Encontra-se, de fato, em plena harmonia com a Constituição Federal — especialmente os arts. 7º (inciso XXXI), 37 (inciso VIII), 203 (inciso V) e 227 (§ 1º, inciso II) —, com a Lei Brasileira de Inclusão (Lei nº 13.146, de 6 de junho de 2015) e com a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência da Organização das Nações Unidas (ONU), incorporada ao ordenamento nacional com status de emenda constitucional pelo Decreto Legislativo nº 186, de 9 de julho de 2008.

A relevância da proposição ganha dimensão concreta quando confrontada com os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – Pessoas com Deficiência 2022 (PNAD Contínua/IBGE/MDHC) publicada em julho de 2023: a população com deficiência no Brasil foi estimada em 18,6 milhões de pessoas, correspondendo a 8,9% da faixa etária de 2 anos de idade ou mais. Esse contingente, no entanto, permanece, sistematicamente, sub-representado nos espaços de comunicação pública: apenas 1,2% das peças publicitárias analisadas trouxeram pessoas com deficiência, situação que se agrava no ambiente digital e nas plataformas de mídia social, onde a presença desse grupo é ainda menor.





SENADO FEDERAL
Senador FLÁVIO ARNS

SF/26874.9551 1-83

No que se refere à perspectiva da ciência, tecnologia e inovação, a publicidade governamental contemporânea é produzida e distribuída, crescentemente, por meio de plataformas digitais, algoritmos de segmentação e sistemas de inteligência artificial que determinam quais conteúdos chegam a quais públicos. O art. 63 da Lei Brasileira de Inclusão exige que *websites*, aplicativos e demais meios digitais sejam acessíveis às pessoas com deficiência.

Mais do que isso, ferramentas baseadas em inteligência artificial já auxiliam, concretamente, a comunicação de pessoas com deficiência auditiva, visual e intelectual, ampliam o acesso à informação e fortalecem a participação social. A publicidade pública, refletindo a presença dessas pessoas de forma ativa, e não apenas como destinatárias de tecnologia, é muito representativa.

A imposição de uma cota mínima de 5% nas peças publicitárias governamentais opera, portanto, em dupla dimensão: de um lado, amplia oportunidades concretas de renda e de trabalho para esse grupo; de outro, instrumentaliza a comunicação pública como vetor de transformação cultural, ao naturalizar a presença das pessoas com deficiência nos espaços de visibilidade social promovidos pelo Estado.

III – VOTO

Ante o exposto, o voto é pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 5.333, de 2023.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator

