



SENADO FEDERAL
Senador FLÁVIO ARNS

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 6.290, 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





SENADO FEDERAL
Senador FLÁVIO ARNS

sequência da tramitação, o projeto foi distribuído à Comissão de Comunicação e Direito Digital (CCDD). Contudo, em razão de sua não instalação, foi redespachada à CCT, nos termos do art. 72, § 4º, do Regimento Interno do Senado Federal.

Não foram apresentadas emendas ao texto.

II – ANÁLISE

Nos termos dos incisos I, II e IX do art. 104-C do Regimento Interno do Senado Federal, compete à CCT opinar sobre proposições pertinentes ao desenvolvimento científico e tecnológico, à inovação tecnológica, à política nacional de ciência, tecnologia, inovação e informática e a outros assuntos correlatos, o que torna regimental o exame do PL nº 5.333, de 2023, por este Colegiado.

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 pela pesquisa “Representa” da Aliança Sem Estereótipos — plataforma liderada pela ONU Mulheres — trouxeram pessoas





SENADO FEDERAL
Senador FLÁVIO ARNS

com deficiência, situação que se agrava no ambiente digital e nas plataformas de mídia social, onde a presença desse grupo é ainda menor.

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, mas a acessibilidade formal dos suportes tecnológicos perde sentido quando o conteúdo veiculado neles, sistematicamente, apaga a existência desse público.

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 — avanços que ganham coerência e efetividade apenas quando o próprio ecossistema comunicacional, inclusive a publicidade pública, reflete a presença dessas pessoas como sujeitos, e não apenas como destinatárias passivas de tecnologia.

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.

Por fim, realizamos um pequeno ajuste redacional no projeto, para substituir a expressão “peças publicitárias” por “campanhas publicitárias”, uma vez que este último conceito é o juridicamente mais adequado, pois abrange aquele primeiro.





SENADO FEDERAL
Senador FLÁVIO ARNS

III – VOTO

Ante o exposto, o voto é pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 5.333, de 2023, com a seguinte emenda de redação:

EMENDA DE REDAÇÃO Nº – CCT

Substitua-se, na ementa e no art. 1º, caput, do Projeto de Lei nº 5.333, de 2023, a expressão “peças publicitárias” por “campanhas publicitárias”.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator

