

EMENDA Nº - PLEN  
(Ao PL nº 2630, de 2020)



SF/20429.76383-32

EMENDA Nº de 2020

Insira-se, onde couber, o seguinte art. ao PL 2630 de 2020:

“**Art. X** O art. 16 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 passa a vigorar com a seguinte redação:

"**Art. 16.** As entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, que fizerem contratação de quaisquer serviços de publicidade e propaganda por meio da *internet* deverão divulgar, no prazo de até 14 dias, em sítio próprio com livre acesso às informações por quaisquer interessados, relatório detalhado sobre os serviços prestados.

§ 1º O relatório de que trata o *caput* deverá conter, no mínimo, as seguintes informações:

- I. Valor do Contrato;
- II. Dados da empresa contratada e forma de contratação;
- III. Conteúdo da campanha;

- IV.Mecanismo de distribuição dos recursos;
- V.Critérios de definição do público-alvo;
- VI.Lista das páginas, aplicativos, jogos, canais, sites e outros meios em que tais recursos foram aplicados;
- VII.Número de aparições e o valor aplicado na soma das aparições;

§ 2º Cabe ao Tribunal de Contas da União realizar a fiscalização dos contratos de propaganda e publicidade mencionados no *caput* deste artigo, sem prejuízo da atuação concomitante de outros órgãos de fiscalização e controle."(NR)

### JUSTIFICAÇÃO

No que diz respeito aos atos e campanhas publicitárias dos órgãos públicos, a Constituição determina, expressamente, que devem ter caráter “informativo, educativo ou de orientação social” (art. 37, §1º, CF). Logo, se esses referenciais permitem aferir se uma divulgação estatal está legalmente e constitucionalmente adequada, tais preceitos também devem se somar a todos os outros princípios constitucionais para que a Administração Pública determine em que local a publicidade estatal devem ser veiculada. O foco da presente emenda, portanto, é o zelo pelos princípios constitucionais mais basilares em todas as etapas da publicidade estatal.

Todos anos são centenas de milhões de reais gastos com a rubrica de "publicidade de utilidade pública". E com o propósito de moralizar a utilização da propaganda e publicidade governamental, cria-se por meio da presente emenda meios para dar a devida transparência nos critérios de escolha dos veículos de comunicação e meios que receberão verbas públicas, sempre primando pela impessoalidade e buscando que a publicidade estatal privilegie



meios de comunicação que busquem disseminar informação a partir do respeito aos princípios constitucionais.

Outro importante ponto diz respeito aos serviços de publicidade direcionada oferecidos por sites e provedores de internet. Conforme noticiado pela imprensa, publicidade governamental já foi encontrada em sites e espaços voltados à disseminação de *fake news*, difamação, conteúdos sensacionalistas e chocantes, e propagação de mensagens de ódio. Até mesmo em sites de jogo do bicho, tem-se notícia de veiculação de publicidade do governo federal durante campanha pela Reforma da Previdência. Trata-se de realidade inaceitável e que necessita de transparência para que a sociedade possa tomar conhecimento de que forma o dinheiro público vem sendo aplicado e em que espaços.

Por fim, estabelece-se que cabe ao Tribunal de Contas da União realizar a fiscalização dos contratos de propaganda e publicidade. Espera-se, com o presente emenda, moralizar a utilização da publicidade e propaganda estatal na internet. Estamos falando de enormes quantias de dinheiro público anualmente despendidos, o que obriga constitucionalmente o zelo por parte dos tomadores de decisão quanto ao local de veiculação da publicidade estatal.

Por todo o exposto, solicito o apoio dos nobres pares na aprovação da presente emenda com o intuito de colaborarmos com o fortalecimento da moralização dos gastos públicos com publicidade.

Sala das Sessões,

Senador Randolfe Rodrigues  
REDE/AP

