



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador Carlos Portinho

EMENDA Nº - CEsp
(ao PL 4842/2023)

Dê-se nova redação ao art. 1º do Projeto, nos termos a seguir:

“**Art. 3º-A.** A União e os demais entes federados deverão exibir ou veicular campanha publicitária destinada à conscientização para o fim da violência contra a mulher, de torcidas, ludopatia e do racismo nos eventos esportivos realizados em território nacional com estimativa de público superior a 10 (dez) mil espectadores.

§ 1º A exibição ou veiculação de que trata o caput será feita nos telões, nos sistemas de sonorização e de mídia disponíveis na arena e deve ocorrer ainda no curso da partida ou da exibição esportiva.

§ 2º A campanha de que trata o caput deverá ser veiculada nas emissoras de radiodifusão sonora e de sons e imagens, bem como às transmissões dos eventos via plataformas de transmissão de áudio e vídeo.

§ 3º A peça publicitária de que trata este artigo não deverá ter duração inferior a 15 (quinze) segundos.

§ 4º As peças publicitárias deverão observar peculiaridades culturais locais e regionais do seu âmbito de exibição e terão como protagonistas, sempre que possível, ídolos masculinos e femininos dos esportes, das artes e da cultura nacional.

§ 5º A contratação e o custeio do conjunto de atividades necessários para elaboração, produção, divulgação e dos espaços para veiculação das peças publicitárias de que trata este artigo é de responsabilidade da administração



pública, em conformidade com o que disposto na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.”

JUSTIFICAÇÃO

Não obstante o mérito da proposta, que merece todo o enaltecimento e a devida congratulação à autora, Senadora Augusta Brito, e à relatora, Senadora Leila Barros, preocupa o fato de que a responsabilidade e o ônus da divulgação de relevantes mensagens de interesse social, como a conscientização pelo fim da violência contra a mulher, recaiam sobre o setor privado.

É importante perceber que, por uma questão de isonomia, não é apropriado classificar por relevância quaisquer dos direitos sociais tutelados pelo Estado. Assim, um minuto ou um pequeno espaço cedido para campanhas de propaganda institucional, de forma impositiva, resultaria em uma extensa divulgação de mensagens sociais de diversas naturezas, impostas aos veículos e às plataformas.

Atualmente, em uma breve análise no sistema de dados abertos da Câmara e do Senado, é possível visualizar centenas de projetos de lei em tramitação que propõem a expropriação de tempo de programação das emissoras de radiodifusão e de plataformas, livre de ônus, para a veiculação de diversas mensagens de interesse social (saúde, combate às drogas, proteção de crianças, etc.). Caso aprovados, esses projetos representariam uma supressão de aproximadamente 15 horas diárias de programação, o que se mostra impraticável.

Nesse sentido, enaltecendo mais uma vez o mérito da proposta, acredito que pequenos ajustes são necessários, tão somente para deixar claro que o financiamento das campanhas é de responsabilidade da administração pública, inclusive para afastar eventual questionamento de vício de constitucionalidade na norma proposta.

Entendemos que é importante manter a obrigação de que mensagens sejam veiculadas nos eventos esportivos com o intuito de combater a violência



contra a mulher, mas sugerimos que a administração pública se utilize das regras e do orçamento de publicidade institucional para a devida divulgação.

Acredito, ainda, que as campanhas poderiam ser ampliadas para incluir o combate ao racismo, à ludopatia e à violência entre torcidas.

Ante o exposto, diante da importância da presente emenda, conto com o apoio dos nobres pares para sua aprovação.

Sala da comissão, 25 de março de 2025.

Senador Carlos Portinho
(PL - RJ)

