



Associação da Auditoria de Controle Externo do TCU

## NOTA PÚBLICA

A Associação da Auditoria de Controle Externo do Tribunal de Contas da União | AUD-TCU vem a público reafirmar o compromisso dos Auditores de Controle Externo do Tribunal de Contas da União com as diretrizes nacionais e internacionais de combate à corrupção, destacando o que se segue:

1. A AUD-TCU tem compromisso com o art. 13 da Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção e com a Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado Internacional, as quais indicam adoção de medidas voltadas para promoção da participação dos cidadãos nos processos de tomada de decisão, **realização de atividade de informação pública para fomentar a intransigência à corrupção**, assim como programas de educação pública, incluídos programas escolares e universitários;
2. Dessa forma, a Associação é favorável a medidas de controle público e social sobre os gastos publicitários realizados pelo Governo Federal, mas vê com preocupação a seleção de campanhas publicitárias cujos gastos não atendam a critérios de materialidade e relevância frente ao orçamento global destinado a essa finalidade;
3. Nesse sentido, chama atenção a suspensão cautelar da Campanha do Pacote Anticrime (da ordem de **R\$ 19,3 milhões**), enquanto não se tem conhecimento de ações semelhantes na **esfera de controle externo** - por iniciativa própria do TCU, do Congresso Nacional ou por provocação do Ministério Público de Contas - para suspender a campanha publicitária patrocinada pelo Governo Federal para difundir a Proposta de Reforma da Previdência (**PEC 287/2016**)<sup>1</sup>, cujos gastos ultrapassaram a casa dos **R\$ 100 milhões**. Questionada pela Procuradoria-Geral da República a despesa com a publicidade, o Supremo Tribunal Federal negou seguimento (ADI nº 5.863);
4. Este ano, o atual Governo lançou nova campanha publicitária<sup>2</sup> da ordem de **R\$ 37 milhões** para defender seu texto de Reforma da Previdência encaminhado ao Congresso Nacional, o que por certo influenciou a rápida

<sup>1</sup> <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/10/governo-deve-lancar-campanha-por-reforma-da-previdencia-no-dia-17.html>

<sup>2</sup> <https://canalrural.uol.com.br/noticias/bolsonaro-lanca-campanha-publicitaria-da-reforma-da-previdencia/>



## Associação da Auditoria de Controle Externo do TCU

votação em dois turnos na Câmara dos Deputados e em primeiro turno no Senado Federal;

5. Para aprovação da **PEC do Teto de Gasto**, o Governo Federal igualmente anunciou gastos da ordem de **R\$ 54 milhões**<sup>3</sup> em campanha publicitária<sup>4</sup>, segundo divulgado pela imprensa;

6. Também não se tem conhecimento de ações de controle externo que questionassem os gastos do Governo Federal (**R\$ 5,3 milhões**) com a realização da I Conferência Nacional de Transparência e Controle Social (I CONSOCIAL)<sup>5</sup>, estratégia utilizada para conseguir apoio social para votação e aprovação da Lei Anticorrupção, em 2013;

7. Segundo dados divulgados pelo **Estadão**<sup>6</sup>, no período de 2003-2019, os gastos do Governo Federal com publicidade ultrapassaram **R\$ 10,4 bilhões** (valores atualizados pela inflação), nos seguintes montantes anuais:

Ano	Valor Corrigido
2003	309.730.989,95
2004	448.089.277,43
2005	516.248.408,32
2006	413.627.969,03
2007	434.934.115,04
2008	613.067.825,76
2009	821.933.444,68
2010	905.286.436,96
2011	712.550.328,65
2012	941.816.653,81
2013	991.650.472,69
2014	752.256.840,18
2015	672.268.437,49
2016	447.708.315,61

<sup>3</sup> <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/governo-gastou-mais-de-r-54-milhoes-em-propaganda-sobre-o-corte-de-gastos-publicos/>

<sup>4</sup> <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,pec-do-teto-tera-campanha-publicitaria,10000079349>

<sup>5</sup> [https://www.cgu.gov.br/assuntos/control-social/consocial/arquivos/relatorio-final/consocial\\_relatorio\\_executivo\\_final\\_16012013.pdf](https://www.cgu.gov.br/assuntos/control-social/consocial/arquivos/relatorio-final/consocial_relatorio_executivo_final_16012013.pdf)

<sup>6</sup> <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/grafico-enganoso-aponta-valor-errado-de-orcamento-para-publicidade-do-governo-federal/>



## Associação da Auditoria de Controle Externo do TCU

2017	543.770.349,13
2018	448.355.834,37
2019	478.712.513,69
<b>Total</b>	<b>10.452.008.212,79</b>

Fonte: Estadão com base no SIGA Brasil

8. A jurisprudência consolidada pelo TCU nas duas últimas décadas não apontou, até agora, sinais de proibição explícita de se fazer campanha publicitária para esclarecer questões objeto de propostas legislativas encaminhadas ao Congresso Nacional. Merecem citação de trabalhos sobre gastos com publicidade: Decisão Plenária nº 650/1997; Acórdão nº 39/2003-Plenário; Acórdão nº 1.805/2003 - 1ª Câmara; Acórdãos nºs 387/2001, 445/2003 e 898/2004-2ª Câmara; Acórdão nº 2.062/2006-Plenário; Acórdão nº 417/2006-Plenário; e Acórdão nº 3.233/2010-Plenário.

A AUD-TCU também vê com preocupação a concessão, como regra, de medidas cautelares - monocráticas ou referendadas pelo Plenário – sem a prévia instrução da Unidade Técnica do Órgão de Instrução do TCU, como ocorreu com o TC nº 036.192/2019-8 e em outros casos pontuais ocorridos recentemente.

Isso porque, segundo o art. 156 do Regimento Interno do TCU, são “*etapas do processo a **instrução**, o parecer do Ministério Público e o julgamento ou a apreciação*”. Essa previsão reflete o comando do art. 1º, § 3º, inciso I da Lei Orgânica do TCU (Lei nº 8.443, de 1992), que define as partes essenciais das decisões do TCU.

Tais dispositivos estabelecem **requisitos processuais** de densa relevância que asseguram o caráter democrático das decisões da Corte de Contas - instituição autônoma que congrega funções de investigação e judicante na esfera de controle externo -, os quais precisam ser observados em todos os processos, em especial quando se trata de medidas cautelares, tendo em vista os efeitos imediatos desse tipo de decisão, notadamente quando se refere a matérias que possam envolver juízo de oportunidade e conveniência na realização do gasto público.

Assim sendo, a AUD-TCU não se opõe a nenhum procedimento de controle externo para fiscalizar despesas com publicidade realizados pelo



## Associação da Auditoria de Controle Externo do TCU

Governo Federal. Porém, a análise dos gastos com publicidade precisa atender a critérios de materialidade aplicáveis a todo conjunto das campanhas, para que não se incorra no erro de uma análise isolada em contradição com a postura da instituição de controle externo diante de outras campanhas, ou, ainda, que possam desconsiderar acordos internacionais dos quais a República Federativa do Brasil seja signatária.

Em desfecho, caso a campanha publicitária do Pacote Anticrime venha ser, no mérito, considerada de fato irregular, a AUD-TCU estudará a adoção de medidas constitucionais e legais cabíveis no sentido de que as campanhas publicitárias realizadas para esclarecer a população sobre o teor das reformas da previdência de 2016 e 2019, de teto de gasto, dentre outras iniciativas legislativas, sejam igualmente consideradas irregulares, para o devido ressarcimento de supostos danos ao erário.

Diante de todo exposto, a AUD-TCU reafirma o compromisso da classe de Auditores de Controle Externo do TCU com o combate à corrupção e manifesta apoio à **Nota Técnica**<sup>7</sup> elaborada pela Associação dos Juízes Federais do Brasil (AJUFE) sobre o Pacote Anticrime, colocando-se à disposição para colaborar com o Ministério da Justiça e Segurança Pública e com o Congresso Nacional na discussão sobre as propostas legislativas em tramitação.

Brasília, 8 de outubro de 2019.

**DIRETORIA DA AUD-TCU**

---

<sup>7</sup> [http://ajufe.org.br/images/pdf/Nota\\_TAcnica\\_0319\\_AJUFE - PL anticrime com Plean Bargaining.pdf](http://ajufe.org.br/images/pdf/Nota_TAcnica_0319_AJUFE_-_PL_anticrime_com_Plean_Bargaining.pdf)