

Processo:020.015/2020-8

Natureza: Representação

Órgão/Entidade: Banco do Brasil S.a.

Responsável(eis): Não há.

Interessado(os): Não há.

DECISÃO

Trata-se de representação formulada pelo Ministério Público junto ao Tribunal de Contas da União (MPTCU), subscrita pelo digno Subprocurador Geral Lucas Rocha Furtado, sobre alegadas irregularidades na gestão da área de comunicação social do Banco do Brasil S.A.

2. O Ministério Público de Contas alega que, nos últimos dias, diversos veículos de imprensa divulgaram notícias de que haveria interferência indevida da família do Exmo. Sr. Presidente da República na gestão de publicidade do Banco do Brasil, com intermediação indevida da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (Secom).

3. Em resumo, as notícias tratam de *twitter* do titular da Secom, Sr. Fábio Wajngarten, sugerindo a intervenção no Banco do Brasil para que este revisse a decisão de suspender anúncios em *site* condenado na Justiça pela difusão de *fake news* (notícias falsas), o Jornal da Cidade Online. Acrescenta o Ministério Público que a retirada do veto de publicação no referido *site* teria ocorrido logo após crítica do vereador do Rio de Janeiro Carlos Bolsonaro, filho do Presidente da República, na mesma rede social.

4. A suspensão de anúncios no referido *site* pelo Banco do Brasil, segundo anota o Ministério Público de Contas, teria sido motivada por alerta emitido pelo *Sleeping Giants Brasil*, movimento criado para identificar e avisar empresas que tenham seus anúncios publicados em veículos divulgadores de *fake news* e conteúdo racista, com vistas a impedir a monetização de tais canais de comunicação.

5. O Ministério Público de Contas reforça que tais fatos configuram “nítida interferência externa nas decisões da gestão publicitária do banco estatal. (...) Além disso, causa espécie que uma empresa pública que deve, por força de lei, guiar sua atividade corporativa e mercantil sempre atenta ao interesse público, monetize sites e canais que supostamente desenvolvem atividades antiéticas ou ilegais — como a disseminação de *fake news* e a prática de desinformação à sociedade, colocando a população em risco sanitário, em clara afronta aos princípios constitucionais da impessoalidade, da moralidade e em afronta à Lei das Estatais, Lei 13.303/2016”.

6. O Ministério Público lista uma série de dispositivos da Lei das Estatais que teriam sido afrontados pelo Banco do Brasil, a destacar (grifos do autor):

“(...) Art. 4º Sociedade de economia mista é a entidade dotada de personalidade jurídica de direito privado, com criação autorizada por lei, sob a forma de sociedade anônima, cujas ações com direito a voto pertençam em sua maioria à União, aos Estados, ao Distrito Federal, aos Municípios ou a entidade da administração indireta.



§ 1º **A pessoa jurídica que controla a sociedade de economia mista tem os deveres e as responsabilidades do acionista controlador, estabelecidos na Lei 6.404/1976, e deverá exercer o poder de controle no interesse da companhia, respeitado o interesse público que justificou sua criação.**

(...)

Art. 8º As empresas públicas e as sociedades de economia mista deverão observar, no mínimo, os seguintes requisitos de transparência:

I – (...)

III - divulgação tempestiva e atualizada de informações relevantes, em especial as relativas a atividades desenvolvidas, estrutura de controle, fatores de risco, dados econômico-financeiros, comentários dos administradores sobre o desempenho, políticas e práticas de governança corporativa e descrição da composição e da remuneração da administração;

IV - elaboração e divulgação de política de divulgação de informações, em conformidade com a legislação em vigor e com as melhores práticas;

(...)

Art. 14. O acionista controlador da empresa pública e da sociedade de economia mista deverá:

(...)

II - preservar a independência do Conselho de Administração no exercício de suas funções;

(...)

Art. 15. O acionista controlador da empresa pública e da sociedade de economia mista responderá pelos atos praticados com abuso de poder, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976

Art. 27. **A empresa pública e a sociedade de economia mista terão a função social de realização do interesse coletivo** ou de atendimento a imperativo da segurança nacional expressa no instrumento de autorização legal para a sua criação.

§ 1º **A realização do interesse coletivo** de que trata este artigo deverá ser orientada para o alcance do bem-estar econômico e para a alocação socialmente eficiente dos recursos geridos pela empresa pública e pela sociedade de economia mista, bem como para o seguinte:

(...)

§ 2º **A empresa pública e a sociedade de economia mista deverão, nos termos da lei, adotar práticas de sustentabilidade ambiental e de responsabilidade social corporativa compatíveis com o mercado em que atuam.**”.

7. Segundo o Ministério Público de Contas, “todos os dispositivos legais citados têm por objetivo controlar o arbítrio do acionista majoritário, dentre eles o excesso de interferência do governo sobre as decisões corporativas da empresa. Isso porque as companhias têm suas próprias responsabilidades e sua personalidade jurídica não se confunde com a personalidade jurídica da União e, menos ainda, com os voluntarismos de parentes dos ocupantes momentâneos do Poder Executivo”.

8. É apontada, também, a fragilidade na governança do Governo Federal em relação ao Banco do Brasil, quando comparados tais atos com as orientações da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE, que são



benchmark e referência mundial no assunto, em especial “no sentido de que empresas estatais tenham liberdade para atuar e não se submetam a ingerências indevidas do Governo ou mesmo de familiares do chefe do Poder Executivo, à míngua de orientação técnica que justifique essa interferência”.

9. Por fim, o Ministério Público de Contas requer que este Tribunal, em suma, apure a regularidade de tais atos, deferindo medida cautelar para que o Banco do Brasil se abstenha de retroceder na decisão que vetou o *site* Jornal da Cidade Online para receber publicidade do banco, bem como qualquer outro *site* ou veículo de comunicação que seja notoriamente divulgador de *fake news* e de mensagens antiéticas e atentatórias aos princípios democráticos e às instituições da República e às suas autoridades, até que o Tribunal decida sobre o mérito da questão.

10. Postula, também, que seja apurada eventual desconformidade de atuação da Secom e o encaminhamento de cópia da representação inaugural destes autos para o Supremo Tribunal Federal, a fim de subsidiar os trabalhos daquela Corte no inquérito instaurado pela Portaria GP 69, de 14/3/2019, para investigar a existência de notícias fraudulentas (*fake news*), denúncias caluniosas, ameaças e infrações revestidas de *animus calumniandi, diffamandi e injuriandi*, que atingem a honorabilidade do Supremo Tribunal Federal, de seus membros e familiares.

11. Feita essa breve contextualização, passo a decidir.

12. A diligente atuação do **Ministério Público** oferece a este **Tribunal de Contas da União**, guardião dos “**dinheiros, bens e valores públicos**” (Constituição da República, art. 70, parágrafo único), bem como responsável por **fiscalizar** as entidades da administração pública direta e **indireta**, quanto à **legalidade, legitimidade e economicidade**” (Constituição da República, art. 70, *caput*), a oportunidade de se debruçar, em um único caso, sobre um rosário de irregularidades, todas gravíssimas, a reclamar reflexão e decisão urgente do Plenário.

13. Com o objetivo de dissecar a multiplicidade de ilícitos apontados pelo Ministério Público de Contas e viabilizar sua análise individualizada por este Tribunal, cabe recordar que, **em menos de trinta dias**, esta é a segunda vez que o Plenário da Corte é instada a adotar decisões relativas à **gestão do Banco do Brasil na área de comunicação social**, tornando inevitável que volte à tona o **escândalo de triste memória que levou ao banco dos réus e, posteriormente, à penitenciária um ex-diretor de marketing daquela bicentenária instituição, condenado a doze anos e sete meses de prisão pelo Supremo Tribunal Federal.**

14. No dia 6 de maio último – **exatos 21 dias atrás!** – o Plenário do Tribunal de Contas da União decidiu à unanimidade, num acórdão de conteúdo claro, didático e eloquente, determinar ao Banco do Brasil que adeque seu regulamento de ações de propaganda e publicidade à norma que **“estabelece que não serão analisadas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) as ações de publicidade de cunho mercadológico não vinculada a políticas públicas do Poder Executivo federal”**.

15. Estou de acordo com o Ministério Público de Contas quando assevera que é **gravíssima, em si, a perspectiva de o acionista controlador – a União – determinar gastos publicitários de uma sociedade de economia mista** que possui ações comercializadas em bolsa de valores, acionistas minoritários, regras de governança corporativa e deve estar sujeita a uma disciplina rígida de regulação do mercado de capitais.



16. Mas o caso destes autos é **tão mais grave** para os pilares da democracia brasileira que, **quando comparado em dimensão qualitativa**, torna minúscula a alegada ingerência do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República nos negócios internos do Banco do Brasil, ao arropio da lei das estatais, do regulamento da SECOM e das diretivas da Comissão de Valores Mobiliários e da própria instituição financeira.

17. Se, por um lado, no Acórdão 1.119/2020-TCU-Plenário que tratou de suposta **interferência do Presidente da República na retirada do ar da Campanha Selfie pelo Banco do Brasil**, este Tribunal, agindo com a devida parcimônia, **assentou expressamente que não caberia nem mesmo àquela autoridade ou a qualquer outra do governo se imiscuir nos assuntos operacionais da estatal**, por outro, a questão de mérito que subjaz a estes autos transcende normas meramente administrativas ou do mercado de capitais, e **atinge o núcleo fundamental da Constituição da República**: o Estado Democrático de Direito e seus fundamentos de cidadania, dignidade humana e pluralismo político (art. 1º).

18. A **gravíssima acusação formulada pelo Ministério Público de Contas** de que recursos do Banco do Brasil estão sendo **drenados para financiar sites, blogs e redes sociais** que se dedicam a produzir **conteúdo sabidamente falso e disseminar fake news e discurso de ódio** determina insofismavelmente a competência desta Corte de Contas Federal para examinar a matéria, eis que, repita-se, cabe ao TCU zelar pela **legalidade e a legitimidade dos gastos públicos da União**, incluídos os da administração indireta (Constituição da República, art. 70, *caput*).

19. Para ilustrar os **dados superlativos** que permeiam a representação formulada pelo Ministério Público de Contas, anoto que em 2019, primeiro ano da gestão do Sr. **Rubem Novaes** na Presidência do Banco do Brasil, essa instituição financeira destinou **vultosos R\$ 373,1 milhões a contratos de publicidade**, dos quais **R\$ 119 milhões foram gastos com veiculação na Internet**.

20. A título comparativo, no ano imediatamente anterior, em 2018, o gasto total com publicidade foi de R\$ 336,9 milhões, dos quais R\$ 62,3 milhões com Internet.

21. É dizer: num cenário de **agravamento de crise financeira e fiscal**, a gestão do Sr. **Rubem Novaes** na presidência do Banco do Brasil **elevou em mais de R\$ 36 milhões o gasto com publicidade** da instituição, e **quase dobrou o gasto com sites, blogs, redes sociais e outras mídias digitais**.

22. Assentadas as bases fáticas do processo, e evidenciada a materialidade do volume de gasto público destinado a remunerar a publicidade do Banco do Brasil em sites, blogs, redes sociais e outras mídias digitais, cumpre fazer uma breve digressão sobre a liberdade de imprensa e o fenômeno mundial da divulgação de *fake news*.

23. É inconcebível que o aparato estatal seja utilizado com desvio de finalidade, em afronta a garantias constitucionais fundamentais imprescindíveis ao Estado Democrático de Direito, como o direito à livre manifestação do pensamento e à liberdade de imprensa. Além de consagrados constitucionalmente, tais direitos também estão previstos em diversas convenções internacionais, dada sua importância para o desenvolvimento de qualquer sociedade que se considere democrática e de direito.

24. A liberdade de expressão não é uma expressão. É uma liberdade. E liberdade não está expressa apenas na liberdade de expressão em nosso texto constitucional, que é uma Carta pro-liberdade!

25. A Constituição de 1988 expressa a liberdade de ir e vir, a liberdade de empreender, a liberdade de organização partidária, a liberdade religiosa, a liberdade do Brasil como nação. E dentro de todas essas liberdades expressamente está a liberdade de expressão.

26. E assim como não pode haver uma falsa liberdade de ir e vir, uma falsa liberdade de organização política, uma falsa liberdade econômica, uma falsa liberdade religiosa e muito menos uma falsa liberdade do Brasil, não pode haver também uma falsa liberdade de imprensa, não pode haver uma liberdade de imprensa cerceada ou uma liberdade de imprensa que conviva com as falsas notícias, as chamadas *fake news*.

27. A liberdade expressa na Constituição é um organismo só. Não pode ser mutilado.

28. Se retirarmos qualquer de suas liberdades, teremos a liberdade como um todo mutilada. Preservar a liberdade de expressão não é preservar o direito de livre manifestação do pensamento apenas ou a liberdade de imprensa. É preservar a liberdade como um todo. Que não pode ser mutilada em nenhuma de suas partes.

29. **E mais: a liberdade está associada também ao direito de fazer escolhas conscientes, de modo que, a partir do momento em que a população é ludibriada e manipulada por informações falsas, isso afeta diretamente seu direito de escolha.**

30. O tema das *fake news* vem ganhando força em todo o mundo, especialmente em virtude dos riscos à liberdade de imprensa e das relevantes repercussões eleitorais.

31. O termo *fake news*, ou notícia falsa, em português, é mais antigo do que aparenta. Segundo o dicionário *Merriam-Webster*, essa expressão é usada desde o final do século XIX. Embora o termo seja redigido em língua inglesa, se tornou popular em todo o mundo para denominar informações falsas que são publicadas, principalmente, em redes sociais. Em 2017, foi escolhida a palavra do ano pelo dicionário da Editora Britânica *Collins*.

32. **O critério para aferir a *fake news* é objetivo: o cotejo com a verdade. Diferente do viés, que é a interpretação do articulista sobre um fato existente.**

33. Uma das características das *fake news* é a utilização de montagens em vídeos e imagens. O usuário da internet é essencialmente visual. Por isso, uma foto manipulada ou fora de contexto pode ser facilmente divulgada como verdadeira. A manipulação de imagens existe há muito tempo, tendo sido comum, por exemplo, a intervenção em fotos oficiais do regime soviético, em meados do século XX (uma foto de Stalin, em 1926, passou por duas alterações para excluir os inimigos políticos).

34. Na última eleição norte-americana, por exemplo, noticiou-se o apoio do Papa Francisco ao então candidato republicano – fato que veio a ser desmentido, posteriormente, pelo próprio Vaticano, quando a notícia já tinha surtido o efeito desejado.

35. Importa notar que o poder de persuasão das *fake news* é ainda maior em populações com menor escolaridade e que dependem das redes sociais para obter informações. No entanto, as notícias falsas também podem alcançar pessoas com maior grau de estudo e instrução, já que o conteúdo está comumente ligado ao viés político.

36. Pesquisas recentes revelaram que a sociedade brasileira é uma das que mais acredita em notícias falsas. Estudo realizado em 2018 pelo instituto Ipsos, intitulado “*Fake news, filter bubbles, post-truth and trust*”, mostrou que 62% dos entrevistados no



Brasil admitiram ter acreditado em notícias que, posteriormente, mostraram-se falsas, ante uma média mundial de 48%.

37. Para agravar o quadro, pesquisa realizada no *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) em notícias distribuídas pelo *Twitter* entre 2006 e 2017 mostrou que notícias falsas têm 70% mais chances de serem retuitadas do que notícias verdadeiras (*The spread of true and false news online. Soroush Vosoughi, Deb Roy, and Sinan Aral. MIT Initiative on the Digital Economy. 2018.*)

38. O problema é que o cidadão comum fica extremamente vulnerável em face da disseminação coordenada de informações inverídicas, sem condições de checagem. E essa situação tem implicações sérias para a vida social, o processo eleitoral e, em último grau, à própria democracia.

39. **Com efeito, a maturidade da democracia depende da qualidade do diálogo, que tende a se deteriorar com a profusão de notícias falsas. O cidadão passa a tomar decisões fundamentadas em ilusões ou inverdades puras. Logo, o debate construtivo e o pluralismo cedem, e, com eles, o debate democrático.**

40. Ao estudar as experiências totalitárias do século XX, Hannah Arendt refletia sobre como a propaganda ideológica estatal tinha como base a manipulação do sentido de realidade das pessoas (“se todo mundo sempre mentir para você, a consequência não é que você vai acreditar em mentiras, mas sobretudo que ninguém passe a acreditar mais em nada”, afirmou em entrevista dada em 1974). Também George Orwell, na obra 1984, demonstrou como a divulgação de notícias falsas pelo aparato estatal mantinha as mentes e os corações da sociedade afetados e inebriados.

41. Diante de todo esse contexto e colocada a gravidade da questão, cumpre ao TCU atuar não apenas no intuito de induzir a correção de rumos nos atos que envolvem este caso, mas principalmente para aprimorar as regras de governança relacionadas ao tema. Considero que este é um bom *case* para que a Corte possa contribuir para aperfeiçoar as regras e os procedimentos das estatais brasileiras de modo a impedir o financiamento de canais que notoriamente divulgam *fake news*, alinhando-se a diversas iniciativas do Estado brasileiro, e da sociedade civil, nesse mesmo sentido.

42. Em linhas bem gerais, cuida-se, aqui, da **utilização de verba publicitária de um banco controlado pelo Estado brasileiro para monetizar site** que responde a processos judiciais, acusado e, até mesmo, condenado, por divulgar *fake news*, inclusive referentes à grave crise proveniente do coronavírus.

43. Pode parecer óbvio, mas no Brasil de hoje muitas vezes a redundância é necessária, de modo que não considero despidendo ressaltar que **pouco importa para o deslinde da questão em julgamento uma eventual alegação de que sites que divulgam fake news podem atingir público e número de leitores de interesse da estatal**, pois as questões aqui são a interferência indevida do controlador e a ilegitimidade do gasto público.

44. Em primeiro lugar, **é antijurídica a interferência de agentes do governo nos atos da estatal** nas circunstâncias destes autos por não se cuidar de divulgação de políticas públicas, tal como decidido no Acórdão 1.119/2020-TCU-Plenário.

45. Em segundo lugar, **é inaceitável** que, no momento histórico em que a civilização **busca caminhos para combater a chaga da desinformação coletiva** promovida por **criminosos que manipulam fatos, cultivam discurso de ódio e atacam símbolos democráticos**, uma instituição bicentenária como o Banco do Brasil, que tantos

bons serviços já prestou à sociedade brasileira, **decida voluntariamente associar sua marca a qualquer veículo, evento, ou campanha promocional sem que esteja assegurada a credibilidade do canal de comunicação e seu compromisso com a divulgação de notícias verdadeiras e fidedignas.**

46. E digo mais: em **havendo o menor indício de disseminação de atos antiéticos e de notícias falsas**, gerando desinformação da população, **é dever do Banco do Brasil e de qualquer ente público suspender imediatamente os respectivos anúncios, com ordem explícita para a retirada da publicidade oficial do ar.**

47. Não estamos falando de mero apelo comercial, mas, sim, do **compromisso que deve ter o Estado brasileiro com a verdade**. Compromisso que o Banco do Brasil deve ter não só com seus clientes, mas, e principalmente, com toda a população brasileira que ajudou essa instituição bancária a se tornar o que é.

48. A criação e a disseminação de notícias falsas têm **intenções escusas, nefastas e muitas vezes criminosas**, sejam elas com **objetivos políticos ou financeiros**, e devem ser **implacavelmente combatidas**, o que, se é tarefa árdua em todos os quadrantes do globo, não nos exonera da missão.

49. Com efeito, todos os países civilizados têm avaliado formas de lidar com essa questão da sociedade das comunicações. **O combate às *fake news* é problema complexo e um dever de todos, a começar pela própria imprensa, por professores e escolas, pelas famílias e, sobretudo, pelas instituições públicas.**

50. A preocupação com a criação e divulgação de notícias falsas não é, por evidente, só desta Corte. O Estado Brasileiro vem travando uma batalha árdua contra as *fake news*, a destacar ações do Parlamento com a instauração de Comissão Parlamentar Mista de Inquérito para investigar os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público (CPMI das Fakes News).

51. Dada a grave repercussão eleitoral que o tema vem ganhando, diversas iniciativas foram desenvolvidas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Trago também o fato de que a matéria está na mira do Presidente do TSE, **Ministro Luís Roberto Barroso**, que, em sua posse nesta semana, **fez forte discurso em defesa da democracia e contra a disseminação de *fake news* e desinformações**, em especial no período eleitoral.

52. Já a parcela de contribuição que o TCU pode dar nessa discussão refere-se à **fiscalização do gasto público também sob essa ótica**, dentro da perspectiva de controle de legitimidade, conforme insculpido no art. 70 da Constituição. Embora o caso em questão seja efetivamente um desafio contemporâneo, sob o prisma do gasto público a lógica não é propriamente uma novidade para o controle externo.

53. **É indiscutível que o valor primordial da questão em debate é o fato de não ser legítimo que um ente público financie *sites* acusados de propagar notícias falsas.** Mais ainda, a conduta ora impugnada não é coerente com todo o esforço do Estado e da sociedade de combate a esse mal.

54. **O combate às *fake news* pressupõe procedimentos e protocolos a serem adotados pela sociedade a fim de diferenciar a veiculação de uma notícia objetivamente falsa ou deliberadamente distorcida para causar emoções e reações em segmentos da população, de uma opinião negativa ou uma interpretação errada ou mesmo fantasiosa relativa a um fato efetivamente real.**

55. **A correta diferenciação das duas situações é crucial para evitar que o necessário combate a *fake news* se converta em odiosa limitação à liberdade de expressão e à liberdade de imprensa. Por essa razão, não pode caber ao Estado realizar a verificação da checagem de informações, e sim a instituições e entidades da sociedade civil organizada, a partir de consensos racionais sobre o tema e em observância a protocolos que exijam dos veículos de comunicação a existência de canais públicos de impugnação de notícias falsas, um procedimento interno para rápida verificação e um compromisso sincero de exclusão desse tipo de informação.**

56. Ora, não há dúvida de que em contratos de publicidade, a avença não se refere à divulgação de notícias do veículo de comunicação, mas sim de anúncios em sua página na internet. Todavia, não se pode olvidar que remunerar a divulgação de campanhas publicitárias em sites, blogs e redes sociais serve para alavancar financeiramente o veículo de comunicação.

57. **Nesse sentido, há um vínculo umbilical a conectar o anúncio publicitário ao próprio conteúdo da página na Internet, eis que ninguém abre um *site* ou *blog* com o objetivo de buscar anúncios, e sim as informações nele disseminadas. Com isso, a remuneração feita pelo anunciante acaba funcionando não apenas como reconhecimento da popularidade do veículo, mas também como apoio indireto ao conteúdo divulgado.**

58. Decerto, a divulgação de matéria verdadeira, com a associação da marca do Banco do Brasil, estaria para uma divulgação publicitária assim como a integridade e funcionalidade de um aparelho respirador está para aquisição de equipamentos para tratar pessoas infectadas com a Covid-19.

59. **Em suma: não basta que o Estado adquira um aparelho que se pareça com um respirador, é imprescindível que o equipamento funcione adequadamente e atinja a finalidade pública para a qual foi adquirido. Da mesma sorte, não basta que o Estado brasileiro contrate campanhas publicitárias, é preciso que a comunicação social dos entes estatais esteja comprometida com valores de verdade, integridade, coerência, ética e defesa da cidadania.**

60. E não é só isto, o apoio a *sites*, *blogs*, portais ou qualquer outro meio de divulgação duvidosa e antiética tem o potencial de causar prejuízos inestimáveis à própria governança do Banco do Brasil, pois isso compromete a imagem da instituição perante o mercado e perante seus clientes, além de comprometer sua autonomia.

61. A atuação deste Tribunal visa também aprimorar a governança e a gestão das ações de comunicação social do Banco do Brasil, em consonância com os preceitos enunciados na Lei 13.303/2016, especialmente no que se refere ao **princípio da integridade**, que, em poucas palavras, significa **fazer a coisa certa**.

62. **No que concerne ao pedido para que seja imediatamente suspensa a monetização, pelo Banco do Brasil, do *site* apontado na representação do Ministério Público de Contas e de outros possíveis criadores e disseminadores de notícias falsas, entendo que os requisitos para a concessão da cautelar estão sobejamente demonstrados.**

63. Concordo com o Ministério Público de Contas quanto à existência de indícios que o Banco do Brasil tenha descumprido preceitos das Leis 13.303/2016 e 6.404/1976, bem como do Acórdão 1.119/2020-TCU-Plenário, o que caracteriza a plausibilidade do direito (*fumus boni iuris*).



64. No que concerne ao perigo da demora (*periculum in mora*), tal requisito mostra-se atendido, em virtude da monetização de *site* como o ora apontado com recursos públicos. Há fundado receio de ocorrer grave lesão ao interesse público e no risco de ineficácia de tardia decisão de mérito, se a suspensão de publicidade pelo Banco do Brasil não ocorrer desde já.

65. Não vislumbro, por ora, o perigo da demora reverso (*periculum in mora reverso*), uma vez que anúncios em *sites*, *blogs*, portais e redes sociais de maneira alguma se caracterizaria como atividade essencial cuja suspensão pudesse vir a causar solução de continuidade das atividades da instituição e afetar seu resultado no período que vigorar a cautelar.

66. Considerando as questões aqui postas, entendo que a extensão dos efeitos da cautelar deve alcançar, desde já, a suspensão de todas e quaisquer ações de divulgação e publicidade que possam estar monetizando *sites* que criam e disseminam notícias falsas, até que este Tribunal decida definitivamente sobre a matéria.

67. Como observei acima, a identificação de veículos e canais que criam e disseminam *fake news* não é tarefa fácil. No entanto, faz-se necessário que o Estado brasileiro **promova ações para identificar e certificar** veículos e canais de comunicação que possam receber recursos públicos para fins de publicação de anúncios, à luz dos critérios anotados na fundamentação deste *decisum*.

68. Em sendo uma tarefa complexa e necessariamente de cunho imparcial e observando a necessidade de auto-regulamentação do setor, entendo que ela deve ser feita pela **Controladoria-Geral da União**, deverá contar obrigatoriamente com a participação de outros órgãos públicos, em especial da **Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República**, da **Secretaria de Comunicação Social do Supremo Tribunal Federal** e do **Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional**, bem como de entidades da sociedade civil, tais como a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), a Associação Brasileira de Jornalistas Investigativos (ABRAJI), a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (ABERT), Associação Nacional das Editoras de Revistas (ANER), a Associação Nacional dos Jornais (ANJ) e o Instituto Palavra Aberta.

69. Até que seja formalizado o normativo contendo protocolos de certificação de *sites*, *blogs*, portais e redes sociais aptos a receber recursos públicos via anúncios publicitários e congêneres, **DETERMINO A SUSPENSÃO de todos os contratos de publicidade do Banco do Brasil com veículos dessa natureza.**

70. Ficam excluídas dos determinação do item anterior os portais, *sites*, *blogs* e redes sociais vinculados a empresas concessionárias de serviços de radiodifusão, que por serem delegatárias de serviço público, já foram escrutinadas quanto aos critérios de interesse público da informação que veiculam. Excluo, ademais, aqueles vinculados a jornais e revistas que existam há mais de dez anos.

71. Por fim, acolho o pedido do *Parquet* especializado e determino o envio de cópia integral destes autos, bem como o compartilhamento dos dados e documentos que a ele aportarem no futuro, ao Supremo Tribunal Federal a título de subsídio ao inquérito instaurado naquela Corte mediante a Portaria GP 69, de 14/3/2019, com o objetivo de investigar “a existência de notícias fraudulentas (*fake news*), denúncias caluniosas, ameaças e infrações revestidas de *animus calumniandi*, *diffamandi* e *injuriandi*, que atingem a honorabilidade do Supremo Tribunal Federal, de seus membros e familiares”.



Ante o exposto, **DECIDO**:

i) com fundamento nos termos dos arts. 235 e 237, inciso III, do Regimento Interno deste Tribunal conhecer desta Representação;

ii) com fundamento no art. 276, caput, do Regimento Interno deste Tribunal, **DETERMINAR**, cautelarmente, ao Banco do Brasil que **IMEDIATAMENTE SUSPENDA qualquer veiculação de publicidade em sites, blogs, portais e redes sociais**, com a exceção dos veículos mencionados no item 70, até que sobrevenha o normativo de certificação a ser elaborado pela Controladoria-Geral da União, nos termos do item “v” abaixo, ou até que este Tribunal delibere, no mérito, sobre a matéria;

iii) com fundamento no art. 276, § 3º, do Regimento Interno do Tribunal, determinar à oitiva do Banco do Brasil, para que se manifeste sobre a cautelar deferida e demais questões trazidas pelo Ministério Público de Contas à peça 1;

v) determinar à Controladoria-Geral da União que constitua Grupo Interinstitucional de Trabalho com apoio de outros órgãos, em especial da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, da Secretaria de Comunicação Social do Supremo Tribunal Federal, do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, bem como de entidades da sociedade civil, tais como a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), a Associação Brasileira de Jornalistas Investigativos (ABRAJI), a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (ABERT), Associação Nacional das Editoras de Revistas (ANER), a Associação Nacional dos Jornais (ANJ) e o Instituto Palavra Aberta, para que, **no prazo de 90 (noventa) dias**, elabore normativo e manual de boas práticas, os quais devem vincular todos os órgãos do Governo Federal, até mesmo as empresas estatais, sobre certificação de *sites, blogs, portais e redes sociais* que poderão receber recursos públicos (monetização) via anúncios publicitários e congêneres;

vi) dar ciência deste despacho ao representante;

vii) dar ciência deste despacho e de cópia da peça 1 ao Banco do Brasil, à Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República e à Controladoria-Geral da União;

viii) encaminhar cópia deste processo ao Supremo Tribunal Federal, a título de subsídio ao inquérito instaurado naquela Corte mediante a Portaria GP 69, de 14/3/2019, com o objetivo de investigar “a existência de notícias fraudulentas (*fake news*), denúncias caluniosas, ameaças e infrações revestidas de *animus calumniandi, diffamandi e injuriandi*, que atingem a honorabilidade do Supremo Tribunal Federal, de seus membros e familiares”, autorizando desde já o compartilhamento de todos os dados e documentos que aportarem aos autos no futuro; e

xi) autorizar, desde já, a promoção das medidas saneadoras a cargo da SecexFinanças necessárias para a análise de mérito de todas as questões constantes deste processo.

Brasília, 27 de maio de 2020.

Ministro BRUNO DANTAS
Relator