

Parágrafo único. Em observância ao disposto no caput deste artigo, é vedada a realização de contratos aditivos para a publicidade governamental na administração direta e indireta.” (NR)

Art.2º Altere-se o §1º do Art. 1º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com a seguinte redação:

Art. 1º

§ 1º Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo, assim como *as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.*

.....
.....” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Constituição Brasileira é precisa ao fixar os limites para a publicidade governamental, de modo que não haja desvios nem desperdício de recursos públicos

com atividades de marketing ou propaganda que nada contribuam para o desempenho da atividade fim do Estado. Nesse sentido, o Art. 37, §1º, prevê que:

"§ 1º - A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos".

Sabidamente, os constituintes procuraram alinhar a gestão dos recursos públicos na área de comunicação dos diversos órgãos aos princípios de impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, que norteiam toda a administração pública, proibindo, inclusive, a propaganda pessoal do dirigente ou político investido no cargo ou função. Entretanto, entendemos que restou uma lacuna no sentido de que o valor dos gastos com publicidade não foram limitados, o que confere um poder discricionário exagerado ao administrador ou ordenador de despesas.

Dessa forma, o projeto que ora apresentamos estabelece um teto para os gastos com publicidade e propaganda, e proíbe a realização de despesas adicionais no mesmo contrato, de modo a coibir toda sorte de manipulação com os recursos públicos. A publicidade de atos e programas de governo é medida justa e necessária para fortalecer os mecanismos de controle social em nossa democracia, mas ela deve ter sempre um caráter institucional e jamais um viés comercial, político ou de interesse pessoal, desviado das

finalidades educativas, informativas e de utilidade pública a que intrinsecamente se destina.

Sala das Sessões, em 10 de junho de 2015.

Deputado **Heráclito Fortes**