



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº , DE 2013

(Do Sr. Eleuses Paiva)

Regula a propaganda governamental e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Toda publicidade ou propaganda promovida pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, bem como por suas entidades da administração direta e indireta, somente poderão ser veiculadas em adequação aos ditames da presente Lei, sem prejuízo do disposto na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, a qual será aplicável de forma complementar.

Art. 2º. As disposições desta Lei estendem-se a todo e qualquer material publicitário elaborado por terceiros, desde que as despesas com sua elaboração e veiculação sejam total ou parcialmente cobertas com recursos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios ou de entidades da administração pública direta e indireta.

§ 1º Para efeitos desta Lei, é considerada propaganda ou publicidade governamental, toda e qualquer mensagem veiculada em rádio, jornal, televisão ou impressos de qualquer natureza, paga ou não pelos cofres públicos, destinada a divulgar atos, programas, campanhas, idéias ou serviços de órgãos e entidades da administração pública direta e indireta.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Art. 3º. Em consonância ao disposto no artigo 37 § 1º da Constituição Federal, toda e qualquer propaganda governamental terá caráter educativo, informativo ou de orientação social, ressalvada a hipótese contida no artigo 5º desta lei; sendo expressamente vedada, na sua elaboração e veiculação, a apresentação de quaisquer símbolos ou slogans da administração federal, estadual, ou municipal, salvo aqueles dispostos nos parágrafos 1º e 2º do artigo 13 daquela Lei Maior.

Parágrafo único. A violação ao disposto no caput deste artigo constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

Art. 4º. Na propaganda governamental, é vedada a veiculação de material publicitário que, direta ou indiretamente, contenha expressões, mensagens, nomes ou imagens que possam caracterizar promoção de partidos políticos, entidades particulares, servidores públicos ou autoridades do Poder Executivo.

Art. 5º. Toda e qualquer propaganda contratada e veiculada por empresas públicas ou sociedades de economia mista controladas pelo Executivo Federal, Estadual ou Municipal, com fins exclusivamente comerciais, obedecerá às normas do mercado para promoção e venda de seus produtos, respeitadas as condições de livre concorrência e o disposto na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

Art. 6º. A União, Distrito Federal, Estados e Municípios ficam expressamente proibidos de veicular qualquer propaganda passível de induzir o cidadão em erro quanto às atribuições e competências de sua gestão.

Art. 7º. Na publicidade ou propaganda governamental, deverão estar discriminados, de forma clara e inequívoca, o valor e a origem do gasto público com sua produção e divulgação, respeitada a limitação contida no artigo 167 inciso II da Constituição Federal; devendo ainda tal informação ser disponibilizada



CÂMARA DOS DEPUTADOS

por meio do respectivo sítio eletrônico do órgão da administração pública direta ou indireta que a fizer veicular.

§1º Sempre que a propaganda governamental se referir à pesquisa de qualquer natureza, sua veiculação deverá estar diretamente condicionada à prévia e clara identificação, na peça publicitária, quanto a:

I - sua autoria;

II - fonte de financiamento; e

III - metodologia empregada e período de realização.

§ 2º Todo material impresso de propaganda governamental deverá conter o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF do responsável pela sua elaboração, bem como do órgão público que a contratou, e a respectiva tiragem.

§3º Fica expressamente proibido, na propaganda governamental, o uso de dados parciais de pesquisas ou estatísticas passíveis de gerar no cidadão conclusões inverídicas, distorcidas ou opostas àquelas que efetivamente constem da íntegra do material de pesquisa originalmente produzido; respeitados os ditames contidos no artigo 17, I e II do Decreto nº 57.690/1966.

§4º Nos casos em que a propaganda governamental utilizar-se depoimentos, estes deverão trazer, discriminadamente, o nome completo da pessoa entrevistada, sendo obrigatório constar no material produzido outros depoimentos de opinião contrária, objetivando a isenção do Poder Público quanto à formação do convencimento pelo cidadão.

§5º Sendo constatada eventual informação inverídica na veiculação de publicidade governamental, o órgão da administração pública que a fizer veicular deverá promover sua imediata retificação, da mesma forma, frequência e dimensão, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário da



CÂMARA DOS DEPUTADOS

divulgação realizada, sob pena de, não o fazendo, incidir em crime de responsabilidade a ser apurado na forma da legislação afeta.

Art. 8º. É vedado à Administração Pública, direta ou indireta, o patrocínio e a veiculação, de qualquer forma de publicidade ou propaganda capaz de gerar conflitos entre os entes do Poder Público, em qualquer de suas esferas de atuação.

Art. 9º. A propaganda governamental será veiculada em estrita obediência às normas da gramática da língua portuguesa, ainda que produzida em linguagem coloquial, levando-se em conta os regionalismos decorrentes da diversidade cultural brasileira.

Art. 10. Tanto a produção quanto a divulgação de propaganda governamental somente poderão ser realizadas por agências e emissoras de rádio e televisão que estejam regularmente constituídas na forma da lei, obedecido o disposto nos artigos 6º e 7º do Decreto Lei nº 57.690 de 1966, e desde que em dia com todas as suas obrigações legais perante o Poder Público, especialmente no que concerne à sua regularidade fiscal.

§1º O descumprimento de quaisquer dos dispositivos mencionados nesta lei, por parte de agências de propaganda, acarretará, além das sanções civis, penais e administrativas eventualmente cabíveis, na proibição de participar de licitações públicas e de celebrar contratos com o Poder Público pelo período de cinco anos, por determinação do Tribunal de Contas da União ou dos Tribunais de Contas dos Estados e Distrito Federal, mediante processo no qual lhes seja assegurada ampla defesa.

§2º As agências de propaganda deverão recusar elaborar todo e qualquer material publicitário que esteja em desacordo com os critérios estabelecidos nesta lei, sob pena de incidir nas sanções nela previstas, sem prejuízo das demais cominações legalmente aplicáveis nas esferas penal, civil e administrativa.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

§3º Uma vez constatada a ocorrência do disposto no parágrafo anterior, a agência de propaganda contratada pelo Poder Público deverá comunicar o fato de imediato ao Tribunal de Contas da União ou do Estado, conforme o caso, para o devido exame e a adoção das providências legais cabíveis.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor trinta dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Em essência, a palavra propaganda é derivada do termo latino PROPAGARE e, na maioria dos dicionários da língua portuguesa, possui o significado de multiplicar, espalhar, disseminar, difundir, divulgar, ou seja, ação ou efeito de propagar idéias, princípios ou teorias, na difusão ou vulgarização de alguma coisa. Quando transportamos tal conceito para o contexto da atividade estatal, surgem derivações ou desvirtuações daquele conceito original, passíveis de serem classificadas como propaganda política, propaganda partidária, propaganda eleitoral e a propaganda governamental ou publicidade oficial.

Inegável e indispensável é o diálogo entre governantes e governados na condução das políticas públicas, enquanto forma de garantia da legitimação que mantém o poder no Estado Democrático de Direito.

Desde as lições de Arendt¹ e Habermas² já nos alertavam da vital importância da garantia do direito à informação como a melhor forma de assegurar uma democracia real, pois é pacífico que nenhum governo legítimo sobrevive apenas pela força ou pela manipulação da informação, ainda mais sabendo que ao longo da história mundial recente, a propaganda governamental foi usada em

¹ ARENDT, Hannah. A Condição Humana. 10 ed. Forense Brasília.

² HABERMAS, Jürgen. Direito e democracia. Entre facticidade e validade. Tradução de Flávio Beno Siebeneichler, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997, v.1.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

ditaduras como instrumento indutor de adesão da população nacional às políticas do Estado.

É exatamente por conta de sua característica de legitimação e manutenção do poder que o tema “propaganda governamental” deve ter seu papel legal claramente regulado e definido por lei, de modo a coibir preventivamente políticas de dominação de massa que sirvam apenas para inflar uma democracia artificial e simbólica.

Seria efetivamente necessário se fazer propaganda para divulgar a construção de hospitais públicos, se o resultado dessa ação pode ser facilmente contatado pela população por meio da efetiva existência material destes no cotidiano da necessidade do atendimento público de saúde? Um *jingle* publicitário de uma propaganda governamental qualquer deve conter apenas a informação de que “pra aprender a ler não tem hora”, sem, contudo, comunicar em que locais e horários um cidadão analfabeto pode aprender a ler?

Mister se faz destacar, quanto ao alhures mencionado, que a propaganda de cunho político é tida como gênero (de onde as demais são espécie) e, na sua acepção jurídica, pode ser entendida como um tipo de publicidade que deve expressar manifestamente um sentido político, filosófico e constitucional, buscando coadunar-se à uma forma ou modalidade de organização e divulgação, a qual deve revestir a propaganda partidária, a eleitoral e também a governamental; sendo esta última o objeto da presente proposição legislativa.

Nesse contexto, é de pouco conhecimento público, ou têm sido pouco divulgadas as situações em que um agente público, em dissonância com o disposto no artigo 37 e parágrafo 1º da nossa Constituição Federal, utilizando-se de seu cargo ou função, determina a produção e ou veiculação de propaganda “governamental” com intuito diverso daquele legalmente previsto, ensejando, muitas vezes, verdadeira autopromoção de atos pessoais ou político-partidários, antes e durante campanhas eleitorais.

Em nossos tribunais pátrios, e não só os eleitorais, é crescente a jurisprudência no sentido da condenação de agentes públicos, nos diversos



CÂMARA DOS DEPUTADOS

escalões da administração pública federal, estadual e municipal, direta e indireta, pela prática de propaganda governamental irregular.

Relevante é frisar que até o ano de 2010, no âmbito da propaganda pública, apenas havia alguns poucos instrumentos infra legais que tentavam regular a questão da contratação, pelo poder público, dos serviços de publicidade, como era o caso da Instrução Normativa nº 07, de 13 de novembro de 1995, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; fato que demandava uma lei específica para regular a matéria.

Mesmo com o advento da Lei nº 12.232/2010, conseguiu-se apenas um novo panorama técnico procedimental para regular os contratos administrativos no âmbito das licitações de **atividades complexas de publicidade**, e, ainda assim, quando envolvam serviços diferentes e de modo integrado que, por essas características, sujeitar-se-ão a um procedimento mais complexo de avaliação exclusivamente técnica.

Continuou não havendo, em nosso Ordenamento Jurídico, uma regulamentação legal específica para conceituar propaganda governamental e estabelecer diretrizes gerais e legais para sua correta elaboração e veiculação, de modo a coibir abusos e desvios; lacuna esta que humildemente busquei preencher por meio desta proposição legislativa. Afetas ao tema deste Projeto de Lei, existem hoje tramitando no Congresso Nacional, apenas três iniciativas legislativas (os Projetos de Lei Complementar de números 205/2001, 206/2001 e 293/2005), as quais objetivam, unicamente, limitar/restringir despesas com a publicidade e propaganda governamental.

Por todo o exposto, baseado nos princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade e publicidade que devem reger as ações do Poder Público em todas as suas esferas, bem como de acordo com os ditames da recente e pouco difundida Lei de Acesso à Informação – Lei nº 12527/2011, apresento este Projeto de Lei aos meus nobres pares, dado sua vital e indiscutível relevância social, levando-se em conta que é missão dessa Casa Legislativa garantir a necessária lisura na condução da propaganda governamental pelas instituições públicas que balizam o processo democrático nacional, com a



CÂMARA DOS DEPUTADOS

convicção de que receberá os votos e o apoio necessários para sua rápida aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2013.

Deputado **ELEUSES PAIVA**
PSD/SP