



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal Arthur Oliveira Maia

PROJETO DE LEI N° , DE 2012
(Do Sr. ARTHUR OLIVEIRA MAIA)

Modifica a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, limitando a natureza e o montante das despesas com contratos de publicidade no âmbito da administração pública.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que “dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências”, limitando a natureza e o montante das despesas com contratos de publicidade no âmbito da administração pública.

Art. 2º A Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, passa a vigorar acrescida dos seguintes dispositivos:

“Art. 1º.....

.....

§ 3º A contratação de publicidade fica limitada a peças ou campanhas destinadas a:

I – informação, conscientização e orientação sobre saúde e educação;



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal Arthur Oliveira Maia

II – informação, conscientização e orientação sobre segurança pública, combate às drogas e proteção da mulher, da criança e do adolescente;

III – divulgação de direitos das minorias;

IV – orientação à população em casos de calamidade pública e estado de emergência;

V – patrocínio de atividades educativas, desportivas, culturais e técnico-científicas de relevante interesse para a comunidade;

VI – iniciativas legalmente obrigatórias à validade de atos administrativos.”

“Art. 21.....

.....

§ 1º A dotação total destinada à contratação de publicidade, em cada período de apuração e em cada ente da Federação, não poderá exceder:

I – para a União, a 0,1% da receita corrente líquida;

II – para os Estados, a 0,5% da receita corrente líquida;

III – para os Municípios, a 1% da receita corrente líquida.

§ 2º Se a despesa realizada exceder os limites para a previsão orçamentária estabelecidos neste artigo, o percentual excedente terá de ser eliminado nos dois quadrimestres seguintes, sendo pelo menos a metade no primeiro.

§ 3º A desobediência às previsões deste artigo sujeita o infrator às penalidades previstas no art. 73 da Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000.”

Art. 4º Esta lei entra em vigor no primeiro dia do exercício financeiro subsequente à data de sua publicação.



JUSTIFICAÇÃO

A administração federal direta gasta, anualmente, um montante que excede os 500 milhões de reais em contratos e campanhas de publicidade, considerando apenas as iniciativas de responsabilidade dos órgãos da administração direta, indireta e fundacional.

Trata-se de um volume de recursos descabido, revelando a amplitude de interesses que têm sido objeto da propaganda oficial. É preciso reconhecer que campanhas de divulgação de serviços de utilidade pública, relacionados à educação e à saúde, de combate às drogas e de iniciativas de segurança pública são indispensáveis e que o governo tem sido eficaz nessa divulgação. No entanto, a chamada propaganda institucional, que resulta em peças ufanistas que se destinam unicamente a fomentar o apoio político ao atual governante têm sido igualmente estimuladas.

Somente em 2012 podemos lembrar, entre essas peças ufanistas que o Poder Executivo produziu, a divulgação de obras inacabadas, a exemplo da transposição do São Francisco, que no momento pouco interessam ao grosso da população. Também se investiu na divulgação desnecessária de eventos institucionais como a Rio+20, para os quais a cobertura usual da mídia já fornece informação competente. A linguagem escandalosamente populista dessas peças revela sua intenção última de induzir o público a apoiar indiscriminadamente a atual administração.

Evidencia-se, em suma, um objetivo de uso político da máquina pública, com vista a alavancar a popularidade de autoridades do governo e estimular a receptividade da população às suas posições ideológicas. Não nos parece razoável que os recursos do contribuinte sejam aplicados nesse tipo de iniciativa e, com tal espírito, oferecemos aos ilustres Pares esta proposição, que limita o escopo da propaganda governamental contratada a terceiros e o montante total a ela destinado.

A proposta coaduna-se com os princípios estatuídos no art. 37 da Constituição, inciso XXII, § 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



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal Arthur Oliveira Maia

imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos".

Pelo exposto, espero contar com o apoio dos nobres Parlamentares à iniciativa, que entendo ser oportuna para promover a moralidade e a transparência da administração pública, em um momento em que o Estado brasileiro vem sendo objeto de duras críticas da sociedade.

Sala das Sessões, em de de 2012.

Deputado ARTHUR OLIVEIRA MAIA