



CÂMARA DOS DEPUTADOS

APENSADOS

AUTOR:
(DO SR. RICARDO FERRAÇO)

Nº DE ORIGEM:

EMENTA:
Proíbe os órgãos e entidades da Administração Federal de veicularem mensagens publicitárias sobre temas não afeitos à sua atividade específica.

DESPACHO:
22/05/2000 - (ÀS COMISSÕES DE TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO; E DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO (ART. 54) - ART. 24, II)

ENCAMINHAMENTO INICIAL:
AO ARQUIVO, EM 09/06/2000

PROJETO DE LEI Nº 2.909 DE 2000

REGIME DE TRAMITAÇÃO ORDINÁRIA	
COMISSÃO	DATA/ENTRADA
	/ /
	/ /
	/ /
	/ /
	/ /
	/ /
	/ /

COMISSÃO	PRAZO DE EMENDAS	
	INÍCIO	TÉRMINO
	/ /	/ /
	/ /	/ /
	/ /	/ /
	/ /	/ /
	/ /	/ /
	/ /	/ /
	/ /	/ /

DISTRIBUIÇÃO / REDISTRIBUIÇÃO / VISTA

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

A(o) Sr(a). Deputado(a): _____ Presidente: _____
 Comissão de: _____ Em: ____/____/____

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº 2.909, DE 2000
(DO SR. RICARDO FERRAÇO)



Proíbe os órgãos e entidades da Administração Federal de veicularem mensagens publicitárias sobre temas não afeitos à sua atividade específica.

(ÀS COMISSÕES DE TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO; E DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE REDAÇÃO (ART. 54) - ART. 24, II)

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º É vedada aos órgãos e entidades da Administração Pública Federal, direta e indireta, e de sociedades sob controle da União, a realização de propagandas publicitárias sobre atos, programas, obras, serviços e campanhas que não digam respeito à sua área específica de atuação.

Art. 2º O descumprimento do disposto na presente lei implicará na penalização do agente em sanções administrativas, civis e penais, na forma legal.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O gasto com propaganda oficial no Brasil é extremamente elevado, em detrimento de outros gastos que seriam essenciais para a melhoria das condições da população brasileira.

A legislação sobre a Comunicação Social do governo é omissa quanto a hipótese de um órgão poder fazer propaganda de outro.

O presente projeto de lei, ao procurar proibir os órgãos e entidades da Administração Pública Federal de realizarem propagandas sobre temas não correspondentes à sua respectiva área de atuação, visa evitar a utilização excessiva de instrumentos de propaganda de cunho genérico.

Sala das Sessões, em 27 de abril de 2000.


Deputado Ricardo Ferraço

02/05/00

Lote: 80
Caixa: 124
PL N° 2909/2000
2

02 05 2000 14:15
38E1



TERMO DE RECEBIMENTO DE EMENDAS

PROJETO DE LEI Nº 2.909/00

Nos termos do art. 119, **caput**, I e § 1º, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, o Sr. Presidente determinou a abertura - e divulgação na Ordem do Dia das Comissões - de prazo para apresentação de emendas, a partir de 28/06/2000, por cinco sessões. Esgotado o prazo, não foram apresentadas emendas ao projeto.

Sala da Comissão, em 4 de agosto de 2000.


Anamélia Ribeiro Correia de Araújo
Secretária



COMISSÃO DE TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO

PROJETO DE LEI Nº 2.909, DE 2000

Proíbe os órgãos e entidades da Administração Federal de veicularem mensagens publicitárias sobre temas não afetos à sua atividade específica.

Autor: Deputado Ricardo Ferraço

Relator: Deputado Fernando Gonçalves

I - RELATÓRIO

A ementa da proposição é auto-explicativa. Resta esclarecer que a proposta teria alcance adstrito à esfera federal. O Autor justifica sua propositura com o argumento de que "*o gasto com propaganda oficial no Brasil é extremamente elevado, em detrimento de outros gastos que seriam essenciais para a melhoria das condições da população brasileira.*"

O prazo regimental transcorreu sem que este Colegiado recebesse qualquer emenda à proposição.

II - VOTO DO RELATOR

De fato, montante considerável de recursos dispendidos em publicidade pela administração federal seria melhor aplicado na satisfação de necessidades básicas da população brasileira.



B18101F430



CÂMARA DOS DEPUTADOS

2

Pelo exposto, voto pela aprovação do Projeto de Lei
n.º 2.909, de 2000.

Sala da Comissão, em 28 de junho de 2002.


Deputado Fernando Gonçalves
Relator

206744-00-172



B18101F430