

PROJETO DE LEI Nº , DE 2014
(Do Sr. ALFREDO SIRKIS)

Disciplina a publicidade institucional dos órgãos e entidades da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, vedando as ações de governos restringindo-a a campanhas de utilidade pública.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei disciplina a publicidade institucional dos órgãos e entidades da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, vedando a propaganda ou promoção governamental.

Art. 2º A publicidade institucional dos órgãos e entidades da União, Estados, Distrito Federal e Municípios deverá ter caráter exclusivamente educativo, informativo ou de orientação social.

§ 1º Da publicidade de que trata o *caput*, não poderão imagens e texto que caracterizem promoção de administrações públicas ou referência direta ou indireta a realizações de agentes públicos, governos ou instituições públicas.

§ 2º A publicidade restringir-se-á à divulgação de:

I – campanhas educativas e de utilidade pública, em especial as destinadas a orientar a população sobre temas relacionados à saúde, educação e segurança;

II – informações estritamente necessárias à eficácia dos atos administrativos.

§ 3º As empresas públicas e sociedades de economia mista estão autorizadas a realizar publicidade com fins comerciais, desde que associada a suas atividades finalísticas, observado o disposto no § 1º.

§ 4º A autoridade pública que, por interesse da administração ou de seus administrados, solicitar convocação gratuita das emissoras de radiodifusão aberta para integrar rede deverá obedecer às determinações previstas neste artigo.

Art. 3º O descumprimento ao disposto no art. 2º constitui ato de improbidade administrativa que causa prejuízo ao erário, sujeitando o infrator às penalidades previstas na Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992.

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

JUSTIFICAÇÃO

Em nações de dimensões continentais, como o Brasil, os meios de comunicação de massa desempenham papel fundamental na divulgação de informações de relevante interesse público. Programas oficiais de grande sucesso, como as campanhas de vacinação infantil e de combate às drogas, jamais alcançariam pleno êxito sem a contribuição dos veículos de comunicação social. Em reconhecimento a esse cenário, os sucessivos governos têm intensificado o uso da publicidade institucional como instrumento de interlocução entre o Estado e os cidadãos.

Nos últimos anos, porém, esse mecanismo vem sendo desvirtuado pelos governos. Ao invés de privilegiar a divulgação de campanhas educativas para a população, a publicidade oficial vem sendo utilizada como instrumento de manipulação da opinião pública, promovendo, ainda que de forma velada, a figura de governantes, partidos e ideologias.

Não raro, a publicidade é utilizada para alardear obras que nem sequer foram concluídas, e, em casos extremos, é inclusive empregada para endereçar críticas a adversários políticos dos mandatários do poder. Distorções como essa afiguram-se como uma absoluta afronta aos

preceitos mais elementares da boa administração pública, especialmente os princípios da moralidade e da impessoalidade.

A gravidade desse quadro se acentua diante do gigantesco volume de recursos que são destinados anualmente para a publicidade institucional. Segundo dados fornecidos pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em 2012 foram alocados quase dois bilhões de reais para a propaganda oficial dos órgãos e entidades da administração federal direta e indireta. No entanto, grande parte desse montante foi empregada na contratação de peças publicitárias estranhas ao interesse público, pois seus objetivos eram puramente político-eleitorais.

Trata-se, portanto, de uma prática duplamente injusta: ao mesmo tempo em que retira dos cofres públicos recursos que seriam essenciais para atender necessidades básicas dos cidadãos, também atenta contra a própria democracia, ao incentivar o oportunismo político. Nos termos em que é praticada hoje, a publicidade institucional não somente estimula a visibilidade desmesurada dos governantes junto à opinião pública, mas também dificulta o exercício do pluralismo político, pois não concede espaço para o contraditório das informações veiculadas sob a duvidosa aura do “interesse público”.

Em virtude dos argumentos elencados, elaboramos o presente projeto com o objetivo de elevar a qualidade da propaganda institucional no Brasil, restringindo a natureza das peças publicitárias produzidas apenas à divulgação de campanhas educativas e de utilidade pública, bem como à veiculação das informações estritamente necessárias à validade dos atos administrativos. Propomos ainda que o descumprimento dessa determinação será tipificado como crime de improbidade administrativa, obrigando o responsável pelo ilícito a indenizar o erário pelos prejuízos causados, além de suspender temporariamente seus direitos políticos, entre outras penalidades.

As medidas propostas, além de enfatizar o papel da publicidade oficial como instrumento de divulgação de informações de caráter verdadeiramente público, também contribuirá para fortalecer os princípios da democracia brasileira, ao proibir que os recursos do contribuinte sejam utilizados para a autopromoção de governantes e partidos políticos.

Considerando, pois, a relevância da matéria tratada, esperamos contar com o apoio dos ilustres Pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em de de 2014.

Deputado ALFREDO SIRKIS

2014_8038_215