

PROJETO DE LEI Nº , DE 2015

(Do Sr. Bacelar)

Dispõe sobre a publicidade e a propaganda governamentais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei disciplina a publicidade e a propaganda governamentais.

Art. 2º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I – publicidade ou propaganda governamental: toda mensagem veiculada por mídia impressa, falada, audiovisual ou eletrônica, destinada a divulgar atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos ou entidades da administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, custeada, integral ou parcialmente, por qualquer destes entes.

II – publicidade de utilidade pública: a que se destina a divulgar direitos, produtos e serviços colocados à disposição do cidadão, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida;

III – publicidade mercadológica: a que se destina a lançar, modificar, reposicionar ou promover produtos e serviços de órgãos e entidades do Poder Executivo Federal que atuem em relação de concorrência no mercado;

IV – publicidade legal: a que se destina a dar conhecimento de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.

V – publicidade promocional: a que se destina a divulgar atos, ações, projetos, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades de Poder Executivo Federal.

Art. 3º É vedada a propaganda ou publicidade governamental:

I – contendo nomes, símbolos, mensagens ou imagens que, ainda que subliminarmente, caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II – de mensagem:

a) genérica sobre atos, ações, projetos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos ou entidades públicas, suas metas ou resultados;

b) alusiva a matéria em tramitação no Poder Judiciário ou Legislativo, ou que crie conflito entre os Poderes constituídos;

c) que induza a erro.

§ 1º A publicidade e a propaganda governamental serão, preferencialmente, destinadas à divulgação de publicidade de utilidade pública e de publicidade legal, devendo a publicidade promocional ficar restrita a, no máximo, 10% (dez por cento) do montante global anual investido pelo respectivo Poder em ações de publicidade e propaganda.

§ 2º A publicidade mercadológica deverá ter fim estritamente comercial, vinculada ao objeto social ou atividade finalística da empresa pública, sociedade de economia mista, subsidiária dessa ou sociedade controlada, direta ou indiretamente, pela União, e deverá ser custeada, em sua totalidade, pelos recursos oriundos da respectiva atividade da entidade anunciante.

Art. 4º É obrigatória a divulgação:

I – em cada peça de publicidade ou propaganda, de forma clara, visível ou audível, do custo total da respectiva campanha, incluindo o gasto específico de aquisição de mídia para a veiculação da respectiva peça;

II – na imprensa oficial e no sítio de internet mantido pelo órgão ou entidade, a cada mês e exercício fiscal, até o último dia do mês seguinte, do total de despesas com publicidade ou propaganda, discriminado por agência, contrato e veículo de divulgação utilizado, incluindo o gasto específico de aquisição de mídia para a veiculação de cada peça, com gastos individualizados para cada veículo responsável pela sua divulgação;

III – no sítio da internet mantido pelo órgão ou entidade, da íntegra dos contratos de publicidade e respectivos aditivos, e da modalidade de licitação utilizada.

IV – no sítio da internet mantido pelo órgão responsável pela publicidade ou propaganda governamental, em cada Poder, de relatório anual consolidado, a ser publicado até o dia 1º de fevereiro do ano subsequente, no qual conste o valor total de pedidos de inserção de peça publicitária, para cada veículo de comunicação contratado.

Parágrafo único. O relatório anual previsto no inciso IV deverá conter, no mínimo, nome fantasia, razão social e CNPJ de cada veículo, além do valor total referente aos pedidos de inserção de peça publicitária realizados ao longo do ano base de referência para o veículo específico.

Art. 5º A infringência ao disposto nesta Lei constitui ato de improbidade administrativa ou crime de responsabilidade, conforme o caso, sujeitando o responsável, além das sanções penais, civis e administrativas, às cominações previstas na legislação específica.

Art. 6º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A publicidade é um dos princípios da administração pública estabelecidos pelo art. 37 da Constituição Federal. A doutrina estabelece que este princípio da publicidade significa a atuação do Estado para a divulgação dos seus atos e para a propiciação de conhecimentos da sua

conduta interna. Portanto, como bem estabelece o § 1º do mesmo art. 37 da Constituição Federal, a publicidade governamental deve ter caráter eminentemente informativo e educativo. Patente, portanto, a necessidade de um fim social a ser obtido por toda e qualquer publicidade oficial.

Contudo, em que pese a proibição da utilização nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridade, a publicidade e a propaganda governamentais têm sido aplicadas de maneira bastante desvirtuada. Ao invés de cumprir o seu papel social, muitas vezes essas peças de divulgação terminam por apresentar apenas supostas conquistas desta ou daquela administração, de modo que pouco agrega ao ambiente democrático. Ao invés de cumprir seu papel de informar, essas peças publicitárias terminam servindo para outro fim muito menos nobre: convencer a população de que uma determinada administração está funcionando de maneira eficiente, mesmo que, em muitos casos, a realidade objetiva diga o contrário. Deixa-se de lado, assim, o caráter informativo da publicidade governamental, priorizando-se um papel persuasivo que este tipo de ação jamais deveria ter.

Exatamente para coibir tal comportamento, em todos os Poderes, apresento o presente projeto de lei. Mais do que simplesmente estabelecer regras sobre a publicidade governamental, a presente proposição tem como objetivo primordial promover a veiculação de peças publicitárias que realmente interessam à população: aquelas dotadas de utilidade pública ou que se destinam a atender a preceitos legalmente estabelecidos. Além disso, o projeto traz diversas previsões que ampliam sobremaneira a transparência acerca dos investimentos publicitários realizados pelos três Poderes, de modo a ampliar a informação disponível à sociedade sobre este tipo de atividade estatal.

Assim, com a certeza da conveniência e oportunidade do presente projeto de lei, conclamo o apoio dos nobres Parlamentares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2015.

Deputado Bacelar – PTN/BA