

## PROJETO DE LEI N°                                  , DE 2015

Altera a Lei n° 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre normas de contratação pela administração pública de serviços de publicidade, com o intuito de limitar a realização de despesas com publicidade e propaganda dos órgãos públicos no âmbito da administração pública direta e indireta e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1° Esta Lei altera a Lei n° 12.232, de 29 de abril de 2010, com o intuito de limitar a realização de despesas com publicidade e propaganda dos órgãos públicos no âmbito da administração pública direta e indireta e dá outras providências.

Art.2° Inclua-se o artigo 17-A na Lei n° 12.232, de 29 de abril de 2010, com a seguinte redação:

*"Art. 17-A. Fica limitado ao percentual de 1% do orçamento anual de cada órgão de que trata esta Lei o total das despesas a serem realizadas com a publicidade e propaganda dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos da administração direta e indireta.*

*Parágrafo único. Em observância ao disposto no caput deste artigo, é vedada a realização de contratos aditivos para a publicidade governamental na administração direta e indireta.” (NR)*

Art.2º Altere-se o §1º do Art. 1º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com a seguinte redação:

Art. 1º .....

§ 1º Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo, assim como *as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.*

.....  
.....” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

#### **JUSTIFICAÇÃO**

A Constituição Brasileira é precisa ao fixar os limites para a publicidade governamental, de modo que não haja desvios nem desperdício de recursos públicos

com atividades de marketing ou propaganda que nada contribuam para o desempenho da atividade fim do Estado. Nesse sentido, o Art. 37, §1º, prevê que:

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

Sabidamente, os constituintes procuraram alinhar a gestão dos recursos públicos na área de comunicação dos diversos órgãos aos princípios de impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, que norteiam toda a administração pública, proibindo, inclusive, a propaganda pessoal do dirigente ou político investido no cargo ou função. Entretanto, entendemos que restou uma lacuna no sentido de que o valor dos gastos com publicidade não foram limitados, o que confere um poder discricionário exagerado ao administrador ou ordenador de despesas.

Dessa forma, o projeto que ora apresentamos estabelece um teto para os gastos com publicidade e propaganda, e proíbe a realização de despesas adicionais no mesmo contrato, de modo a coibir toda sorte de manipulação com os recursos públicos. A publicidade de atos e programas de governo é medida justa e necessária para fortalecer os mecanismos de controle social em nossa democracia, mas ela deve ter sempre um caráter institucional e jamais um viés comercial, político ou de interesse pessoal, desviado das

finalidades educativas, informativas e de utilidade pública a que intrinsecamente se destina.

Sala das Sessões, em 10 de junho de 2015.

Deputado **Heráclito Fortes**