

# **PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº /2018**

**(Do Sr. Delegado Waldir)**

Altera a Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal, para proibir propaganda e publicidade que visem promoção pessoal, promoção governamental ou partidária., no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e suas respectivas fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista.

O Congresso Nacional decreta:

**Art. 1º** Esta Lei altera a Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal, para proibir propaganda e publicidade que visem promoção pessoal, promoção governamental ou partidária., no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e suas respectivas fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista.

**Art. 2º** A Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, passa a vigorar acrescida do art. 15-A, com a seguinte redação :

“Art. 15-A É vedada a realização de propaganda ou publicidade que visem promoção pessoal, promoção governamental ou partidária., no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e suas respectivas fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista.

Parágrafo único As despesas com a contratação pela administração pública de serviços de publicidade não podem exceder anualmente 0,1% (um décimo por cento) dos investimentos autorizados na Lei Orçamentária anual do exercício anterior.” (NR)

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

## JUSTIFICAÇÃO

A Constituição Federal, em seu art. 37, §1º estabelece que 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.

O mandamento constitucional em vez de coibir a promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, tem sido usado de forma corriqueira como instrumento para campanhas eleitorais, para esquemas de corrupção, para dilapidar recursos públicos em favor de empresas de comunicação, enfim, um desperdício injustificado e pernicioso que tornou o Poder Público o maior cliente das empresas publicitárias.

A interpretação do caráter educativo, informativo ou de orientação social exigidos pela Constituição é a mais liberal possível e podemos dizer sem exagero que é preciso uma medida rigorosa para evitar os gastos vultosos de todos os Poderes através de uma regulamentação que vise, de forma específica, evitar tanto a corrupção quanto a política perdulária e o desvio de finalidade da publicidade governamental.

O Superfaturamento de campanhas publicitárias, o favorecimento de determinadas agências bem como o pagamento por serviços não realizados é um dos males que esta proposição pretende eliminar. Inútil é a tentativa de regulamentar a conduta dos agentes públicos em face da subjetividade que permeia o processo licitatório. É mister limitar severamente os gastos públicos com publicidade de forma a tornar inviável esta prática tão comum.

Os gastos com publicidade variam conforme a conveniência dos governantes, quando deveriam obedecer regras rígidas que impeçam a utilização do dinheiro para a publicidade de servir como moeda para permanência no poder. Trecho de matéria veiculada no Jornal Estadão em 21/07/2016 ilustra a questão:

“O gasto do governo federal com publicidade cresceu 65% no primeiro semestre deste ano em comparação com o mesmo período de 2015. Levantamento do site Contas Abertas mostra que as despesas subiram de R\$ 234,1 milhões, no ano passado, para R\$ 386,5 milhões, em 2016. O montante inclui publicidade pública, institucional, legal e mercadológica.

A maior parte do desembolso foi realizada um mês antes de a presidente Dilma Rousseff

ser afastada do Palácio do Planalto pelo Senado, em maio, e no mês posterior à posse do presidente em exercício Michel Temer.

Em abril, foram destinados R\$ 79,9 milhões para publicidade – quase o dobro (98%) do que no mesmo mês de 2015. Em junho, os gastos foram de R\$ 82,1 milhões, valor cerca de 50% superior ao do mesmo mês do ano passado.”

A limitação das despesas com a contratação pela administração pública de serviços de publicidade em 0,1% (um décimo por cento) dos investimentos autorizados na Lei Orçamentária anual do exercício anterior é uma forma de impedir as diversas manobras e subterfúgios existentes para burlar as leis em vigor.

É preciso deixar claro que o mau uso da propaganda serve apenas aos interesses pessoais de agentes públicos e seus associados, restando prejudicada a sociedade brasileira pela continuação desta prática deletéria aos cofres públicos.

Assim, ante o exposto, contamos com o apoio dos nobres pares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Comissões, em de de 2018.

**Deputado Delegado Waldir  
PSL/GO**