



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 6.168, DE 2019 **(Do Sr. Sanderson)**

Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para vedar a contratação de serviços de publicidade e propaganda pelos entes federados cujo montante da despesa autorizada em cada exercício financeiro seja superior ao total das receitas estimadas para o mesmo período

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-1908/2015.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para vedar a contratação de serviços de publicidade e propaganda pelos entes federados cujo montante da despesa autorizada em cada exercício financeiro seja superior ao total das receitas estimadas para o mesmo período.

Art. 2º A lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo:

“Art. 4º-A. É vedada a contratação dos serviços de que trata esta lei por entes federados cujo montante da despesa autorizada em cada exercício financeiro seja superior ao total das receitas estimadas para o mesmo período.” (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei tem como objetivo alterar a lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para vedar a contratação de serviços de publicidade e propaganda pelos entes federados cujo montante da despesa autorizada em cada exercício financeiro seja superior ao total das receitas estimadas para o mesmo período.

Hoje, não são raros os casos de Estados e Municípios em estado de calamidade financeira. As medidas estipuladas na lei de responsabilidade, de corte de gastos de toda ordem, não tem sido suficientes para a manutenção do equilíbrio fiscal. A título exemplificativo, cito o caso do meu Estado de origem, Rio Grande do Sul, que desde 2016 vem enfrentando dificuldades para pagar salários e dívidas.

Não por outro motivo, inclusive, foi proposto, pelo Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul e pelo Ministério Público de Contas do Estado do Rio Grande do Sul, que o Governo estadual abstenha-se, durante o período de crise financeira do estado, de efetuar qualquer despesa com propaganda institucional, em qualquer meio, incluindo o digital. Isso porque, conforme investigações do MP/RS e do MPC/RS, em 2016, os valores gastos com publicidade foram superiores a R\$ 18 milhões.

Ora, em um cenário público e notório de crise financeira do Estado, devem os gastos com publicidade e propaganda serem sopesados com os demais interesses da sociedade, tais como o pagamento em dia dos servidores públicos e a melhoria dos serviços públicos de educação, saúde e segurança pública. Afinal, os gastos públicos não podem se distanciar dos princípios da legitimidade, da eficiência e da economicidade.

Com efeito, não se justifica que, em tempos de crescimento da influência das mídias sociais, que os entes federados em estado de calamidade financeira efetuem gastos com propaganda institucional. É preciso adotar medidas no sentido de modernizar a administração, dentre as quais se insere o presente projeto de lei.

É nesse contexto que, diante da relevância da matéria, solicito o apoio dos parlamentares para a aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Comissões, em 26 de novembro de 2019.

SANDERSON

Deputado Federal (PSL/RS)

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

.....

Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

§ 2º A agência contratada nos termos desta Lei só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

CAPÍTULO II
DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

.....

.....

FIM DO DOCUMENTO