

## PROJETO DE LEI N° , DE 2021

*Altera o art. 15 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para dispor sobre o pagamento direto aos veículos de divulgação de conteúdo publicitário que prestam serviço a agência de publicidade contratada pelo Poder Público por meio de processo licitatório, e dá outras providências.*

A CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1º. Esta Lei altera o art. 15 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para dispor sobre o pagamento direto aos veículos de divulgação de conteúdo publicitário que prestam serviço a agência de publicidade contratada pelo Poder Público por meio de processo licitatório.

Art. 2º. O art. 1º da Lei nº 9.455, de 7 de abril de 1997, passa a vigorar acrescido com a seguinte redação:

“Art. 15. ....

§ 1º Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

**§ 2º O pagamento dos custos e despesas de que trata o caput será feito pelo contratante diretamente ao veículo ou meio de divulgação contratado” (NR).**

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



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Mário Heringer  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD218357826200>



\* C D 2 1 8 3 5 7 8 2 6 2 0 0 \*

## JUSTIFICATIVA

Apresento o presente projeto de lei com vistas a proteger os veículos e meios de divulgação de material publicitário licitado pelo Poder Público junto a agências de publicidade de contingências decorrentes de malversação do dinheiro público, estelionato ou mesmo falência das agências contratadas.

De acordo com a legislação vigente, quando o Poder Público contrata um serviço de publicidade por meio de licitação, o montante de recursos devidos é pago diretamente à agência contratada, que fica incumbida de repassar a parte devida aos veículos responsáveis pela divulgação da(s) peça(s) publicitária(s). A agência recebe, portanto, um grande volume de recursos públicos, ficando livre para administrá-lo como quiser, tendo apenas que arcar com os compromissos assumidos junto a outras empresas.

Todavia, nem sempre esses compromissos são cumpridos junto aos veículos de divulgação. Desde o ano de 2020, em virtude das consequências econômicas da pandemia de covid-19 no Brasil, várias agências de publicidade entraram em falência e mesmo tendo recebido recursos provenientes do Estado deixaram de repassá-los aos veículos de divulgação. Essa situação afetou direta e particularmente as pequenas rádios situadas no interior do País, muitas das quais, por essa razão, correm, hoje, o risco de fechar suas portas.

Além da falência real das agências de publicidade, sobretudo as de pequeno porte, registram-se, ainda, casos de estelionato, quando o CNPJ da empresa é encerrado propositalmente para que as obrigações contratadas não sejam cumpridas, e em seguida novo CNPJ é iniciado com outra razão social. Esses “calotes” também têm comprometido a saúde financeira de emissoras de rádio e TV, assim como jornais, portais na Internet etc.

Por fim, o imenso volume de dinheiro público recebido pelas agências de publicidade quando de contratações milionárias junto ao Estado favorece a situações como as já vistas há não muito tempo no Brasil, em que publicitários desviavam recursos para paraísos fiscais, operavam em esquema



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Mário Heringer  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD218357826200>



de “caixa 2” e criavam toda sorte de malversação de recursos públicos, em prejuízo dos veículos de divulgação e de toda a população.

Ao determinar que o contratante, no caso o Estado, pague diretamente ao veículo de divulgação de conteúdo publicitário os valores que lhe são devidos pelos serviços prestados, o presente projeto de lei combate, a um só tempo, os três riscos supralistados a que estão sujeitas essas empresas quando da contratação junto às agências de publicidade que prestam serviços ao Poder Público. Trata-se de uma mudança na legislação que, a despeito de discreta, é de suma importância para o setor de difusão de imagem, som e informação no Brasil.

Pelo exposto, peço o apoio dos pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, 27 de abril de 2021.

Deputado **MÁRIO HERINGER**  
PDT/MG



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Mário Heringer  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD218357826200>



\* C D 2 1 8 3 5 7 8 2 6 2 0 0 \*