

PROJETO DE LEI Nº , 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>



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

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 *