



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.615, DE 2023

(Do Sr. José Medeiros)

Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, disciplinando a publicidade institucional dos órgãos e entidades da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-4892/2019.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD



Câmara dos Deputados
Gabinete do Deputado Federal José Medeiros

Apresentação: 04/04/2023 22:05:28.260 - MESA

PL n.1615/2023

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023
(Do Sr. JOSÉ MEDEIROS)

Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, disciplinando a publicidade institucional dos órgãos e entidades da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que *“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”*, disciplinando a publicidade institucional dos órgãos e entidades da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

Art. 2º O art. 1º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

“Art. 1º.....

.....

§ 3º *As peças publicitárias que caracterizem promoção da administração ou que façam referência a realizações de governo ou de entidade pública deverão ser veiculadas exclusivamente nos canais e portais oficiais dos órgãos e entidades da administração e em meios de comunicação em que a divulgação se faça sem ônus para a administração.” (NR)*

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.



* C D 2 3 5 2 5 9 0 8 4 1 0 0 *

JUSTIFICAÇÃO

A publicidade institucional é um instrumento essencial para a transparência das ações de governo, para o bom funcionamento dos serviços de utilidade pública e para a divulgação de informações de grande interesse para a população. É por meio dela que a administração dá publicidade aos atos governamentais, presta contas sobre a destinação dos impostos arrecadados e promove campanhas de prevenção contra doenças e de orientação em caso de calamidade ou emergência, entre tantas outras finalidades.

No entanto, o uso desse importante recurso de comunicação tem sido desvirtuado. Não raro, administrações de todas as esferas de governo têm se utilizado das ações de publicidade institucional para promover a imagem pessoal de agentes públicos. Essa situação, além de drenar parcelas bilionárias dos recursos recolhidos junto aos contribuintes, também desequilibra o jogo político, ao oportunizar o favorecimento de autoridades que nada mais fazem do que cumprir suas obrigações legais de gestão.

A título de ilustração, segundo o Instituto para Acompanhamento da Publicidade, em 2015 a União efetuou despesas da ordem de dois bilhões de reais com publicidade institucional, aí inclusos os gastos com a administração direta e indireta¹. Em 2020, o elevado montante de recursos destinado a essa finalidade, aliado às incertezas sobre os critérios utilizados para a sua distribuição, levaram o Tribunal de Contas da União a apontar o *“risco de desvio de finalidade dos agentes estatais na condução da coisa pública, em possível ofensa aos princípios da impessoalidade, da motivação e da moralidade, mas também da legitimidade do gasto e dos atos administrativos”*².

Esse quadro de descontrole decorre da ausência de uma legislação que discipline a aplicação das verbas de publicidade estatal. Por

1 Informações obtidas do endereço eletrônico <http://download.uol.com.br/blogfernandorodrigues/IAP2016-2015.pdf>, consultado em 31/03/2022.

2 Fonte: Tribunal de Contas da União. Informação consultada em 31/03/202 no endereço eletrônico <https://portal.tcu.gov.br/data/files/DA/F3/6B/C9/FC8A2710BBAB5927F18818A8/VOTO%20MIN%20BRUNO%20DANTAS-CONTAS.pdf>.



esse motivo, elaboramos o presente projeto com o intuito de restringir a divulgação das peças publicitárias que promovam as realizações de governo aos canais e portais oficiais da administração, bem como a meios de comunicação em que a veiculação se faça sem ônus para os cofres públicos.

A iniciativa proposta, ao mesmo tempo em que garante o cumprimento do comando previsto no art. 37, § 1º da Constituição Federal, que confere à administração a prerrogativa de divulgar os atos, programas e realizações de governo, também assegura uma alocação mais eficiente e racional dos recursos públicos, ao canalizar as verbas oficiais de publicidade para o cumprimento de finalidades de maior interesse para a coletividade.

Caso aprovado, portanto, o projeto permitirá reduzir o montante de recursos governamentais aplicados anualmente em propaganda institucional, sem acarretar prejuízos para a continuidade de ações de grande relevância para a população, como as campanhas destinadas a promover a vacinação infantil, prevenir doenças, combater o consumo e o tráfico de drogas, orientar a população em caso de desastres naturais e muitas outras iniciativas de utilidade pública.

Considerando a importância da matéria tratada no projeto, solicitamos o apoio dos nobres Pares para a sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado JOSÉ MEDEIROS



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
Art. 1º**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:201004-29;12232>

FIM DO DOCUMENTO