

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA

PROJETO DE LEI Nº 6.124, DE 2002

Dispõe sobre a publicidade associativa de atos, programas, obras, serviços e campanhas da Administração Pública e dá outras providências.

Autor: Deputado LUIZ PIAUHYLINO

Relator: Deputado INALDO LEITÃO

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A publicidade associativa de atos, programas, obras, serviços e campanhas realizadas pelos Poderes da União, 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, e obedecerá às diretrizes estabelecidas nesta lei.

Parágrafo único. Subordinam-se ao regime desta Lei, além dos órgãos da administração direta, os fundos especiais, as autarquias, inclusive as de natureza especial, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e suas subsidiárias e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União.

Art. 2º A publicidade associativa reger-se-á pelo disposto no art. 37, § 1º, da Constituição Federal, e velará pela idoneidade de dados.

Art. 3º Considera-se publicidade associativa a referente a atos, programas, obras, serviços e campanhas para os quais hajam concorrido pecuniariamente dois ou mais órgãos da administração direta ou duas ou mais entidades da administração indireta a que alude o art. 1º.

§ 1º Não perde a sua natureza associativa a publicidade custeada por apenas um, ou alguns, dos órgãos ou entidades interessados.

§ 2º A publicidade associativa compreende a relativa a atos, obras, serviços ou campanhas para os quais haja concorrido pecuniariamente, de modo direto, organismo internacional ou multinacional de crédito, e desde que a União ou qualquer entidade sob seu controle direto ou indireto haja participado ou intervindo, ainda que na qualidade de anuente ou garante.

Art. 4º A publicidade associativa poderá ser realizada, conjunta isoladamente, por:

I - meio escrito, inclusive nos veículos de comunicação regidos pela Lei nº 5.250, de 9 de fevereiro de 1967;

II - *outdoors*, inclusive os de natureza eletroeletrônica, e placas indicativas;

III - rádio, via radiodifusão ou teledifusão;

IV - televisão, inclusive em canais por assinatura e a cabo;

V – *internet*..

Parágrafo único. Os veículos de comunicação, inclusive os permissionários e concessionários de serviços de rádio e televisão, podem recusar a publicação de material publicitário que lhes haja sido entregue em desconformidade com as regras e condições instituídas nesta lei, comunicando ao interessado, por telex, fax ou meio digital autorizado, e de forma resumida, os motivos da recusa.

Art. 5º A publicidade associativa deverá necessariamente informar:

I - o montante total de recursos destinado ao ato, programa, obra, serviço ou campanha sob divulgação, indicada a participação numérica e percentual de cada entidade participante da iniciativa;

II - em caso de obra ou serviço, o tempo decorrido desde o seu início e a duração estimada;

III - o número de pessoas diretamente beneficiadas.

Art. 6º Quando ao programa, obra, serviço ou campanha sob divulgação concorrerem órgãos ou entidades subordinados, direta ou indiretamente, à União, a publicidade associativa a ser divulgada deverá, sob pena de retirada compulsória:

I - se por meio escrito, *internet* ou televisão, ostentar o dístico governamental adotado pela publicidade institucional dos órgãos ou entidades envolvidos, com os respectivos dizeres característicos que o acompanham se houver, em proporção não inferior a um quarto e não superior à metade do espaço físico destinado à publicidade;

II - se por rádio, indicar o nome dos órgãos ou entidades interessados e reproduzir a identificação verbal adotada pela respectiva publicidade institucional, com os dizeres que a caracterizam, se houver, reservando-se, para tanto, período não inferior a um terço e não superior à metade do tempo disponibilizado para a propagação da publicidade.

Art. 7º Salvo nos casos em que houver comprovadamente concorrido para o erro, o órgão ou entidade interessado na publicidade associativa poderá, indicando o erro ou dano, pleitear em juízo a retificação da publicidade divulgada e a sua imediata sustação, se ainda em curso.

§ 1º Nas hipóteses de que trata este artigo, e sem prejuízo das cominações previstas na legislação civil e penal em vigor, correrão à conta do órgão ou entidade responsável pela publicidade irregular os gastos com a publicidade retificadora, sem embargo da ação regressiva contra os responsáveis pelo ilícito.

§ 2º Havendo mais de um órgão ou entidade responsável pela divulgação retificadora, responderão solidariamente entre si.

Art. 8º A presente lei não vigorará quando declarada guerra ou decretado estado de defesa ou estado de sítio.

Art. 9º O art. 11 da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, passa a vigorar acrescido do inciso VIII, com a seguinte redação:

“Art. 11. Constitui ato de improbidade administrativa que alenta contra os princípios da administração pública qualquer ação ou omissão que viole os deveres de honestidade, imparcialidade, legalidade, e lealdade às instituições, e notadamente:

VIII - fazer veicular ou permitir a veiculação, ainda que por omissão, de peça publicitária em os critérios previstos na Lei nº (refere-se a esta lei), para sua divulgação. (NR)”

Art. 10 Esta Lei entra em vigor no prazo de noventa dias da data de sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2004.

Deputado INALDO LEITÃO
Relator