

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 1.561, 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.

Autor: Deputado MÁRIO HERINGER

Relator: Deputado GERVÁSIO MAIA

I - RELATÓRIO

Tramita nesta Comissão o Projeto de Lei nº 1.561, de 2021, oferecido pelo nobre Deputado MÁRIO HERINGER, cujo objetivo é tratar da contratação, pela administração pública, de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

O texto proposto introduz a exigência de que os pagamentos referentes à veiculação de peças publicitárias sejam efetuados diretamente pelo Poder Público aos veículos de comunicação, sem a necessidade de intermediação das agências publicitárias. Conforme argumentado pelo autor, essa medida se justifica pela experiência observada durante a pandemia, quando algumas agências teriam retido os valores destinados a pequenas emissoras de rádio, deixando de repassar os recursos devidos.

O proponente defende, além disso, que esse modelo de pagamento direto tem o condão de significativamente reduzir as oportunidades para desvios e práticas corruptas, uma vez que elimina a movimentação de grandes somas de dinheiro por intermediários.



O projeto de lei tramita em regime ordinário, sujeito à apreciação conclusiva pelas Comissões. A matéria foi inicialmente distribuída para o exame, no mérito, pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI), no mérito e quanto à adequação orçamentária e financeira, pela Comissão de Finanças e Tributação (CFT) e, na constitucionalidade e juridicidade, pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC).

Como decorrência de decisão da Presidência de 15/03/2023, tendo em vista a edição da Resolução da Câmara dos Deputados n. 1/2023, foram criadas as Comissões de Ciência, Tecnologia e Inovação e de Comunicação, de modo que a proposição foi redistribuída à Comissão de Comunicação, em substituição à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, extinta pela mesma Resolução.

Parecer pela aprovação, apresentado pelo Deputado Félix Mendonça Júnior em 30/05/2023, não foi apreciado.

Cabe-nos, pois, avaliar a matéria em consonância com o temário previsto no art. 32, inciso XXVII, do Regimento Interno.

Transcorrido o prazo regimental, não foram oferecidas emendas.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, disciplina detalhadamente os critérios para a habilitação e seleção de agências de publicidade para a prestação de serviços publicitários, seja por meio do critério "técnica" ou "técnica e preço". Entre as várias responsabilidades atribuídas às agências contratadas, destaca-se a elaboração e implementação de planos de mídia, que envolvem a definição estratégica de veículos, modalidades e plataformas para a disseminação de mensagens de interesse do Poder Executivo.



Atualmente, as agências são responsáveis pelo ciclo completo do serviço, incluindo o pagamento aos veículos de comunicação utilizados para a veiculação das campanhas publicitárias, o que, diga-se, é permitido pela legislação. Contudo, o projeto de lei em análise propõe que essa última etapa, referente ao repasse dos valores aos veículos, seja realizada diretamente pelo Poder Público, eliminando a necessidade de intermediação das agências.

A justificativa para isso é que as agências recebem grande volume de recursos públicos e possuem demasiada liberdade para administrá-los como quiserem, tendo apenas que arcar com os compromissos assumidos junto a outras empresas, o que muitas vezes não fazem, seja alegando falência seja em 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”.

Assim, nos termos da proposta, os recursos destinados às plataformas e veículos seriam pagos diretamente a cada entidade, assegurando maior transparência e controle sobre os gastos. Cabe ressaltar que o caput do artigo 15 da referida lei já exige a apresentação dos valores devidos a cada veículo, acompanhados de tabelas de preços, descrição dos descontos negociados e relatórios de comprovação de veiculação. Dessa forma, as informações necessárias para o pagamento direto já estão, em tese, devidamente documentadas, o que facilita a implementação da mudança proposta.

Consideramos essa alteração positiva, pois parece oferecer uma solução viável para os problemas mencionados pelo autor do projeto.

No entanto, para aprimorar a proposta, e com base no último parecer apresentado pelo deputado Félix Mendonça Júnior, sugerimos inclusão de disposição que permita, excepcionalmente, que agências que centralizem diversos veículos de comunicação sob uma única estrutura jurídica possam continuar a receber os pagamentos, desde que repassem os valores aos veículos contratados no prazo máximo de 15 dias. O descumprimento desse prazo implicaria a perda do direito de atuar como intermediário em futuras contratações com o Poder Público e de responsabilização civil.



Além disso, identificamos corrigimos equívoco na referência à legislação no artigo 2º da proposta, cuja correção é essencial para assegurar a conformidade técnica do texto.

Nosso VOTO, em suma, é pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 1.561, de 2021, na forma do Substitutivo abaixo.

Sala da Comissão, em de de 2025.

Deputado GERVÁSIO MAIA
Relator

2025-6612



COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO
SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 1.561, 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.

O 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. 15 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 2º e 3º, renomeando-se o parágrafo único para § 1º:

“Art. 15.
.....
.

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

§ 3º Na hipótese em que a agência de propaganda utilizar mais de um veículo de divulgação, o pagamento dos custos e despesas de que trata o caput poderá ser feito diretamente para a agência de propaganda, a quem caberá repassar o pagamento do valor das parcelas devidas a cada veículo no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a partir



do recebimento, sob pena de proibição de contratar com o poder público e de responsabilização civil.” (NR).

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

Sala da Comissão, em de de 2025.

Deputado GERVÁSIO MAIA
Relator

2025-6612

