



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.561-A, DE 2021 **(Do Sr. Mário Heringer)**

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; tendo parecer da Comissão de Comunicação, pela aprovação, com substitutivo (relator: DEP. GERVÁSIO MAIA).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

COMUNICAÇÃO;

FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD) E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

SUMÁRIO

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Comunicação:

- Parecer do relator
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão

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.

Apresentação: 27/04/2021 18:36 - Mesa

PL n.1561/2021

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>



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

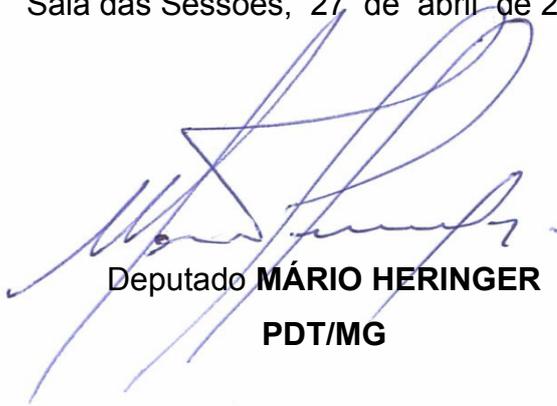


de “caixa 2” e criavam toda sorte de malversação de recursos públicos, em prejuízo dos veículos de divulgação e de toda a população.

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.

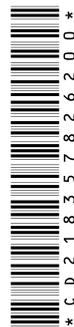
Sala das Sessões, 27 de abril de 2021.



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>



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

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.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

CAPÍTULO III
DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DA SUA EXECUÇÃO

.....

Art. 15. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

Parágrafo único. 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.

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

Parágrafo único. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

.....

.....

LEI Nº 9.455, DE 7 DE ABRIL DE 1997

Define os crimes de tortura e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Constitui crime de tortura:

I - constranger alguém com emprego de violência ou grave ameaça, causando-lhe sofrimento físico ou mental:

a) com o fim de obter informação, declaração ou confissão da vítima ou de terceira pessoa;

b) para provocar ação ou omissão de natureza criminosa;

c) em razão de discriminação racial ou religiosa;

II - submeter alguém, sob sua guarda, poder ou autoridade, com emprego de violência ou grave ameaça, a intenso sofrimento físico ou mental, como forma de aplicar castigo pessoal ou medida de caráter preventivo.

Pena - reclusão, de dois a oito anos.

§ 1º Na mesma pena incorre quem submete pessoa presa ou sujeita a medida de segurança a sofrimento físico ou mental, por intermédio da prática de ato não previsto em lei ou não resultante de medida legal.

§ 2º Aquele que se omite em face dessas condutas, quando tinha o dever de evitá-las ou apurá-las, incorre na pena de detenção de um a quatro anos.

§ 3º Se resulta lesão corporal de natureza grave ou gravíssima, a pena é de reclusão de quatro a dez anos; se resulta morte, a reclusão é de oito a dezesseis anos.

§ 4º Aumenta-se a pena de um sexto até um terço:

I - se o crime é cometido por agente público;

II - se o crime é cometido contra criança, gestante, portador de deficiência, adolescente ou maior de 60 (sessenta) anos; *[Inciso com redação dada pela Lei nº 10.741, de 1º/10/2003, publicada no DOU de 3/10/2003, em vigor 90 dias após a publicação.](#)*

III - se o crime é cometido mediante seqüestro.

§ 5º A condenação acarretará a perda do cargo, função ou emprego público e a interdição para seu exercício pelo dobro do prazo da pena aplicada.

§ 6º O crime de tortura é inafiançável e insuscetível de graça ou anistia.

§ 7º O condenado por crime previsto nesta Lei, salvo a hipótese do § 2º, iniciará o cumprimento da pena em regime fechado.

Art. 2º O disposto nesta Lei aplica-se ainda quando o crime não tenha sido cometido em território nacional, sendo a vítima brasileira ou encontrando-se o agente em local sob jurisdição brasileira.

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

Art. 4º Revoga-se o art. 233 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente.

Brasília, 7 de abril de 1997; 176º da Independência e 109º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Nelson A. Jobim

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





Câmara dos Deputados

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 1.561, DE 2021

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Comunicação, em reunião extraordinária realizada hoje, mediante votação ocorrida por processo simbólico, concluiu pela aprovação do Projeto de Lei nº 1.561/2021, com Substitutivo, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Gervásio Maia.

Registraram presença à reunião os seguintes membros:

Julio Cesar Ribeiro - Presidente, Amaro Neto e David Soares - Vice-Presidentes, André Figueiredo, Antonio Andrade, Bia Kicis, Cabo Gilberto Silva, Cleber Verde, Dani Cunha, Delegado Caveira, Fábio Teruel, Flávio Nogueira, Gervásio Maia, Juscelino Filho, Ossesio Silva, Rodrigo Estacho, Silas Câmara, Simone Marquette, Alex Manente, Delegado Paulo Bilynskyj, Dr. Fernando Máximo, Franciane Bayer, Gilson Daniel, Gustavo Gayer, Lucas Ramos, Marangoni, Marcel van Hattem, Marcos Soares e Pastor Diniz.

Sala da Comissão, em 08 de outubro de 2025.

Deputado JULIO CESAR RIBEIRO
Presidente





COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

SUBSTITUTIVO ADOTADO AO PROJETO DE LEI Nº 1561, DE 2021

Apresentação: 13/10/2025 14:28:28.917 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 1561/2021
SBT-A n.1

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).



* C D 2 5 7 1 8 9 9 3 9 7 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

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

Sala da Comissão, em 8 de outubro de 2025.

Deputado **Julio Cesar Ribeiro**
Presidente

Apresentação: 13/10/2025 14:28:28.917 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 1561/2021

SBT-A n.1



* C D 2 5 7 1 8 9 9 3 9 7 0 0 *