

PROJETO DE LEI Nº , DE 2005
(Do Sr. Ivo José)

Acrescenta dispositivos à Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que trata das licitações e dos contratos administrativos, para aumentar o controle público sobre a contratação de serviços de publicidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, passa a vigorar acrescida dos seguinte dispositivos:

“Art. 40.

.....
§ 5º Sempre que o objeto da licitação consistir em serviços de publicidade, o edital especificará critérios objetivos de seleção da mídia e dos veículos de divulgação a serem utilizados, de modo a assegurar a distribuição isonômica da verba publicitária. (NR)”

.....
“Art. 43.

.....
§ 7º Será desclassificada a proposta de prestação de serviços de publicidade que não especificar a mídia e os veículos de divulgação a serem utilizados, ou que os especificar em desconformidade com os critérios constantes do edital. (NR)”

.....



CDEE63AA03

“Art. 92-A. Admitir, possibilitar ou dar causa, na prestação de serviços de publicidade, ao favorecimento de veículos de divulgação, em detrimento da distribuição isonômica da verba publicitária, baseada em critérios objetivos.

Pena - detenção, de dois a quatro anos, e multa.

Parágrafo único. Incide na mesma pena aquele que obtém vantagem indevida.”

Art. 2º Esta Lei entra em vigor no prazo de noventa dias de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A legislação vigente condiciona a contratação de serviços de publicidade à prévia realização de licitação. Todavia, não são estabelecidos critérios objetivos para posterior distribuição isonômica da verba publicitária entre os diversos veículos de divulgação. Tal lacuna legal dá margem à manipulação dos órgãos de imprensa, instituindo uma forma sutil de censura. Os jornais, as revistas e os canais de rádio ou televisão que adotam linha editorial favorável ao Governo podem ser favorecidos por uma parcela substancialmente maior da verba publicitária, enquanto os veículos que mantêm uma postura crítica e isenta seriam perseguidos e até aliçados de tal processo.

Como se não bastasse, recentes denúncias relacionadas ao chamado “mensalão” indicam que parte considerável da verba de publicidade dos órgãos e das entidades públicas pode estar sendo desviada para fins ainda mais escusos, quais sejam, o financiamento de campanhas políticas e mesmo a compra de votos de parlamentares.

Inevitavelmente, as denúncias acabam por nos atingir a todos, o que repercute negativamente para o fortalecimento das instituições democráticas.

A gravidade de tais fatos exige o imediato aperfeiçoamento da legislação vigente, de modo a resguardar a liberdade de expressão e a moralidade pública. É urgente, pois, que restrinjamos o grau de discricionariedade



existente quando da contratação de agências de publicidade, para que o interesse público não seja burlado nem repisado.

São estas as razões que inspiram nossa propositura e que demandam a contribuição dos ilustres Pares à aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em de de 2005.

Deputado Ivo José

ArquivoTempV.doc



CDEE63AA03