

PROJETO DE LEI Nº , DE 2005

(Do Deputado Josias Quintal)

Dispõe sobre a realização de ações publicitárias no âmbito da administração pública federal e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As ações publicitárias no âmbito da administração pública federal direta e indireta serão realizadas somente:

I – para a promoção de campanhas de orientação da população nas áreas de saúde, educação e segurança, sobre matéria eleitoral e outros temas de interesse social;

II – quando estritamente necessárias à consecução dos objetivos de ações, projetos e programas dos órgãos e entidades da administração pública, visando fornecer informações precisas à sociedade sobre a forma de acesso a seus benefícios e os procedimentos e prazos a serem observados.

§ 1º É vedada a publicidade institucional que se destine à divulgação genérica de projetos ou linhas de ação de órgãos ou entidades públicas, suas metas e resultados.



A3A6360917

§ 2º Não poderão constar de publicidade oficial nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Art. 2º Os contratos de publicidade e seus aditivos, firmados por órgãos e entidades da administração pública federal direta e indireta, serão divulgados na íntegra, até seu término, nas respectivas páginas na Internet, sem prejuízo do disposto na Lei nº 9.755, de 16 de dezembro de 1998.

Art. 3º Será publicado mensalmente, no Diário Oficial da União, relatório de cada órgão ou entidade da administração pública federal sobre os respectivos gastos com publicidade, contendo, no mínimo, as seguintes informações:

I – nome do contratado;

II – objeto e datas de início e previsão de término do contrato;

III – valor pago no mês, montante pago até o mês e o restante a ser pago até o término do contrato;

IV – ações realizadas, indicando nominalmente os veículos de comunicação utilizados.

§ 1º Os relatórios de que trata o *caput* serão também divulgados nas páginas de cada órgão ou entidade na Internet.

§ 2º A divulgação de que tratam o *caput* e o § 1º será realizada até o 10º dia do mês seguinte.

§ 3º Os relatórios de que trata este artigo incluirão, no que couber, os gastos com apoio cultural e patrocínio concedido por órgãos entidades da administração pública federal.

§ 4º A divulgação de dados consolidados sobre os gastos efetuados com publicidade por todos os órgãos e entidades da administração pública federal será feita por órgão competente do Poder Executivo.



Art. 4º O art. 11 da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso:

“Art. 11.....

.....

VIII – celebrar ou autorizar a celebração de contrato de prestação de serviços de publicidade para fim não autorizado por lei.”

Art. 5º Os titulares dos órgãos e entidades da administração pública federal adotarão as providências necessárias para a execução do disposto nos arts. 2º e 3º desta lei.

Art. 6º O disposto nesta lei aplica-se à publicidade realizada por televisão, rádio, jornais e revistas, impressas ou eletrônicas, *outdoors*, Internet e quaisquer outros meios de comunicação, ressalvada a publicidade legalmente obrigatória e a necessária à validade dos atos administrativos.

Art. 7º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Apesar dos mecanismos de controle existentes, os contratos de publicidade firmados por órgãos e entidades públicas vêm sendo usados para fins ilícitos.

Ainda mais grave que buscar a promoção pessoal de agentes públicos, conduta que atenta contra o princípio da moralidade, expressamente vedada pela Constituição Federal, é fato que os contratos de publicidade têm servido à prática da corrupção. No momento em que se redige este projeto, o País encontra-se estarrecido pelas denúncias de desvio de dinheiro público viabilizadas, entre outros canais, por contratos de publicidade oficial.



A3A6360917

Na verdade, o assunto vem provocando, há vários anos, a apresentação de proposições legislativas destinadas a restringir a aplicação de recursos em publicidade, a aumentar a transparência dos gastos e melhorar os instrumentos de fiscalização.

O presente projeto de lei tem o objetivo de disciplinar a realização de ações publicitárias no âmbito da administração pública federal, indicando as áreas e situações em que poderão ser executadas. Busca também permitir maior controle social sobre esse tipo de gasto, propondo a obrigatoriedade de divulgação detalhada dos contratos e gastos com publicidade. Por fim, pretende caracterizar expressamente como ato de improbidade administrativa a celebração de contrato de prestação de serviços de publicidade para fim não autorizado por lei.

Coloca-se, assim, o assunto em discussão no Congresso Nacional, na expectativa de que os ilustres Pares apóiem e aperfeiçoem a proposição ora subscrita.

Sala das Sessões, em de de 2005.

Deputado Josias Quintal

