

**PROJETO DE LEI Nº , DE 2019**  
(Do Sr. LUIZ PHILIPPE DE ORLEANS E BRAGANÇA)

Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para acrescentar normas relativas à execução de serviços de publicidade contratados pela administração pública

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para acrescentar normas relativas à execução de serviços de publicidade contratados pela administração pública.

Art. 2º O artigo 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, passa a vigorar acrescido do seguinte § 5º:

“Art. 2º .....  
.....

§ 5º É vedada a contratação de serviços de publicidade que tenham por objetivo:

- I – difundir mensagens genéricas sobre ações, projetos e campanhas dos órgãos ou entidades públicas, sem caracterização informativa sobre normas, procedimentos, emergências de natureza de segurança e de saúde pública;
- II – divulgar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou de servidores públicos.”  
(NR)

Art. 3º O artigo 16 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, passa a vigorar com a seguinte redação:

“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 internet, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

§ 1º As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação e ainda:

I - individualmente, para cada serviço prestado por fornecedor e para cada meio de divulgação;

II - de maneira agregada, que permita a identificação do valor gasto em cada pesquisa ou outro instrumento de avaliação, em cada peça ou projeto publicitário, e em cada criação e desenvolvimento de formas de comunicação publicitária.

§ 2º As peças e projetos publicitários previstos nesta Lei deverão conter, de forma clara e ostensiva, informações sobre o custo total de todas as suas etapas de execução, desde a celebração do contrato até a sua veiculação.

§ 3º Serão divulgadas, no sítio de internet previsto no caput, a íntegra dos contratos celebrados pela Administração à luz desta Lei e seus respectivos aditivos, com indicação clara e ostensiva da modalidade de procedimento licitatório utilizada.”  
(NR)

Art.4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

A Constituição Federal estabelece a transparência como um elemento fundamental da administração pública. E é por isso que há, em diversos dos seus dispositivos, normas que pretendem tornar a informação pública acessível a toda a sociedade.

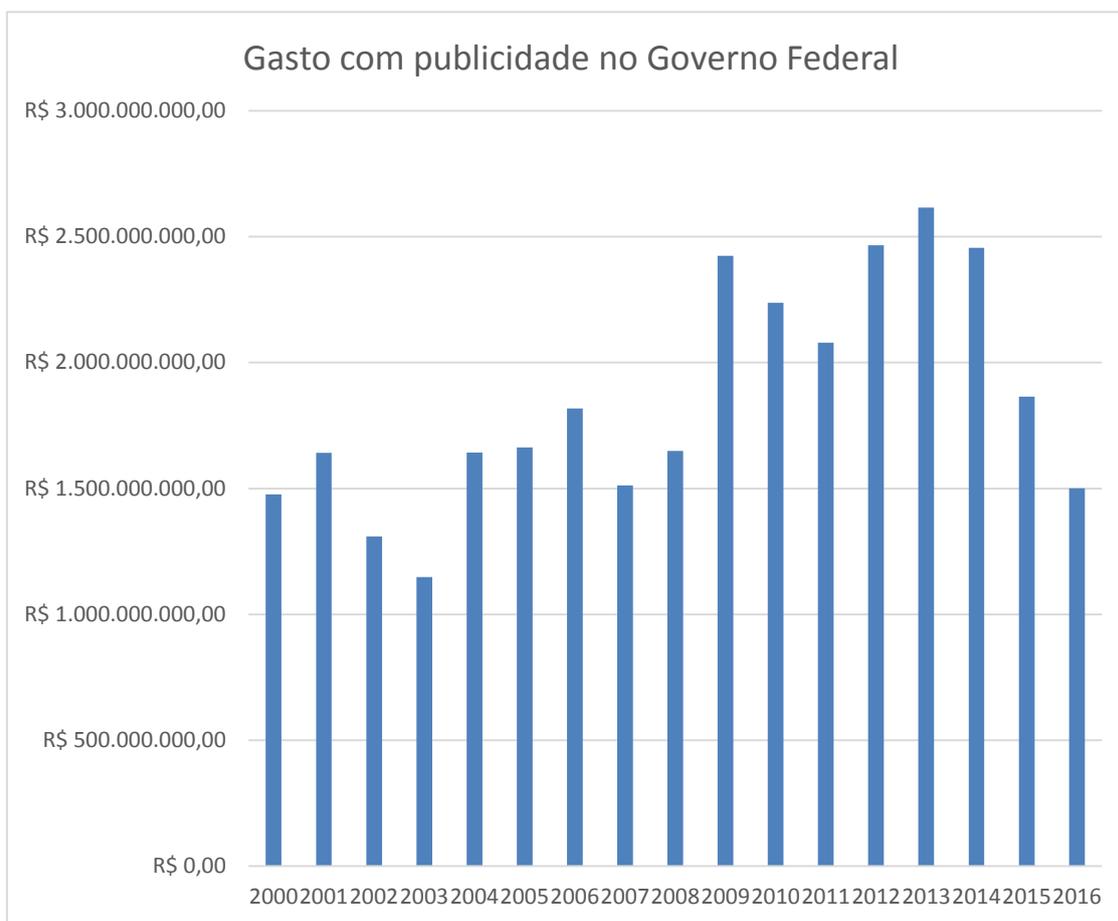
Dentre esses mecanismos de transparência, há o princípio da publicidade na administração pública, estabelecido pelo artigo 37 da CF/88, o qual traz em seu parágrafo 1º o balizamento das regras relativas aos serviços de publicidade e propaganda contratados por entes de governo.

Nesse dispositivo está expresso que “*a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos 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.*”

Apesar de esse ser um comando que independe de regulamentação para sua eficácia, é fato que a legislação pode contribuir para

um melhor regramento da publicidade de órgãos públicos – o que pretendemos com este projeto de lei.

É de conhecimento público que os governos tendem a gastar vultosas quantias em publicidade. No caso do governo brasileiro, segundo levantamento do site Poder360<sup>1</sup>, o Poder Executivo gastou mais de R\$ 30 bilhões de reais com publicidade entre os anos 2000 e 2016.



O gráfico acima mostra, além de volumes consideráveis de dispêndios – sempre acima de R\$ 1 bilhão de reais por ano, uma aceleração nos gastos com publicidade em períodos eleitorais.

Com efeito, observa-se uma aceleração em gastos em 2001, ano antecedente da eleição presidencial de 2002, e, sobretudo, em 2009 e 2010, que cresceram em média R\$ 750 milhões de reais quando comparados

<sup>1</sup> <https://www.poder360.com.br/midia/acesse-a-integra-dos-arquivos-sobre-publicidade-da-uniao-de-2000-a-2016/>

ao biênio anterior (2007-2008). Estes são exatamente o ano antecedente e o da eleição presidencial de 2010.

Esses números evidenciam tanto um dispêndio excessivo e incompatível com as restrições fiscais do Brasil, assim como um direcionamento desses gastos para beneficiar, eleitoralmente, o grupo político no poder e que almeja continuar.

Há, portanto, motivos mais que evidentes para se estabelecer regras mais rigorosas para disciplinar o bilionário setor de publicidade oficial, sem confrontar as disposições explicitamente elencadas pela Constituição.

Sendo assim, neste Projeto de Lei reforçamos a obrigatoriedade de caracterização das peças publicitárias oficiais como de caráter educativo, informativo ou de orientação social; e a proibição de divulgação de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou de servidores públicos.

Estamos estabelecendo também obrigatoriedade de divulgação de informações acerca do custo de produção das ações publicitárias contratadas pelo governo de modo a ampliar a transparência desses dados – como os relativos aos gastos realizados para cada serviço prestado por fornecedor e para cada meio de divulgação.

Definimos também que deverão ser disponibilizadas informações agregadas, que permitam a identificação do valor gasto em cada pesquisa ou outro instrumento de avaliação, em cada peça ou projeto publicitário, e em cada criação e desenvolvimento de formas de comunicação publicitária.

Além disso, as peças e projetos publicitários contratados pela Administração Pública deverão conter, de forma clara e ostensiva, informações sobre o custo total de todas as suas etapas de execução, desde a celebração do contrato até a sua veiculação. Finalmente, nossa proposição estabelece que serão divulgadas na Internet a íntegra dos contratos celebrados, com a indicação clara e ostensiva da modalidade de procedimento licitatório utilizada.

Com tais medidas pretendemos ampliar a transparência do gasto público com publicidade para permitir uma fiscalização mais efetiva por parte dos cidadãos e da sociedade civil organizada sobre os gastos governamentais com publicidade e propaganda, além de impor óbices adicionais ao uso de recursos públicos para promoção pessoal.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres Parlamentares desta Casa para a APROVAÇÃO deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em        de        de 2019.

Deputado LUIZ PHILIPPE DE ORLEANS E BRAGANÇA