

# COMISSÃO DE TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO

## PROJETO DE LEI Nº 7.502, DE 2014

Apensado: PL nº 3.043/2015

Regulamenta o § 1º do art. 37 da Constituição Federal, para estabelecer limites de gastos para a publicidade de órgãos e entidades públicas, sanções nos casos de sua violação, e divulgação dos gastos em meio oficial.

**Autor:** Deputado RUBENS BUENO

**Relator:** Deputado KIM KATAGUIRI

### I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei (PL) nº 7.502, de 2014, de autoria do Deputado Rubens Bueno (PPS/PR), “regulamenta o § 1º do art. 37 da Constituição Federal, para estabelecer limites de gastos para a publicidade de órgãos e entidades públicas, sanções nos casos de sua violação, e divulgação dos gastos em meio oficial”. Em resumo, a proposição:

- dispõe sobre o caráter exclusivamente educativo, informativo ou de orientação social da publicidade oficial, vedando o uso de marcas, logomarcas, slogans e congêneres destinados a identificar, na opinião pública, a gestão do respectivo governo;
- em se desrespeitando os referidos limites, prevê que determinação judicial ordenará a imediata suspensão de sua veiculação, com punição da autoridade responsável nos termos da lei, incluindo o pagamento de indenização ao erário em valor correspondente ao do contrato de propaganda firmado, além de estabelecer a anulação do contrato;



- fixa limites para as despesas com publicidade oficial tomando como referência percentuais de investimentos autorizados na Lei Orçamentária Anual (LOA) do exercício anterior, excluindo desses limites os gastos com “publicações obrigatórias de caráter fiscal, como editais, balanços e avisos” e estabelecendo que as despesas deverão constar das próprias publicações ou ser divulgadas oralmente nas mídias faladas;
- determina prazo prescricional quinquenal para a pretensão de reparação de danos causados por violações às suas disposições;
- acrescenta inciso ao art. 10 da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, o qual contém rol exemplificativo de atos de improbidade administrativa que causam prejuízo ao erário.

Trata-se de proposição sob regime ordinário de tramitação e sujeita à apreciação do Plenário após a análise por esta Comissão de Trabalho, de Administração e de Serviço Público (CTASP), pela Comissão de Finanças e Tributação (CFT) e pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC).

Encontra-se apensado ao referido projeto o PL nº 3.043, de 2015, de autoria do Deputado Diego Garcia (PHS/PR), que “dispõe sobre a publicidade e a propaganda governamentais e limita os gastos do Poder Executivo Federal com tais atividades”. Em resumo, este projeto:

- tem abrangência limitada ao Poder Executivo federal;
- traz definições conceituais de tipos de publicidade;
- estabelece que as despesas com “publicidade ou propaganda governamental” – segundo o projeto, “toda mensagem veiculada por mídia impressa, falada, audiovisual ou eletrônica destinada a divulgar atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos ou entidades da administração pública direta e indireta do Poder Executivo Federal, custeada, integral ou parcialmente, por qualquer desses entes” – não poderão



exceder anualmente a 0,1% do total de investimentos realizados pela União;

- estabelece que a “publicidade promocional” – segundo o projeto, aquela que se “destina a divulgar atos, ações, projetos, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal” – deve ficar restrita a, no máximo, 10% do montante global anual investido pelo Poder Executivo Federal em ações de publicidade e propaganda;

- veda qualquer investimento em “publicidade promocional” no caso de, no exercício anterior, não ser atingida a meta de *superávit* primário estabelecida nas diretrizes orçamentárias pelo Poder Executivo Federal;

- define a obrigatoriedade da divulgação das despesas na respectiva publicidade ou propaganda, na imprensa oficial e no sítio de *internet* do órgão ou entidade anunciante;

- define a obrigatoriedade da divulgação da íntegra dos contratos de publicidade ou propaganda, bem como da modalidade licitatória no sítio de *internet* do órgão ou entidade anunciante;

- dispõe que a infringência ao nele disposto configura “ato de improbidade administrativa ou crime de responsabilidade, conforme o caso, sujeitando o responsável, além das sanções penais, civis e administrativas, às cominações previstas na legislação específica”.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

Registre-se, de início, que compete à Comissão de Trabalho,

Administração e Serviço Público analisar as proposições apenas no tocante às



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Kim Kataguiri

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215708397300>



matérias constantes do rol do inciso XVIII do art. 32 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Ambos os projetos, principal e apensado, trazem valiosas contribuições para que tenhamos, enfim, uma norma no ordenamento jurídico brasileiro que estabeleça regras específicas para os gastos com publicidade oficial dos órgãos e entes públicos, bem como punições para aqueles que dilapidam o erário se autopromovendo por meio de propagandas oficiais. Dados os ajustes necessários, optamos pela apresentação de um substitutivo.

Entendemos importante esclarecer a abrangência da norma, que alcançará a administração pública direta, autárquica e fundacional dos entes federativos, não incluindo as pessoas jurídicas de direito privado que compõem a administração indireta: empresas públicas e sociedades de economia mista. A estas aplica-se, além do art. 37, § 1º, da Constituição Federal (CF), a Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, que traz disposições específicas<sup>1</sup> acerca da publicidade e patrocínio das estatais.

Consideramos pertinente a menção expressa de vedação ao uso de nomes, símbolos ou imagens como forma de promoção de partidos, pois totalmente compatível com o princípio constitucional da impessoalidade.

Ademais, é de se registrar que permitir apenas o uso do Brasão da República, dos Estados da Federação, do Distrito Federal e dos

1 “Art. 27. ....

.....

§ 3º A empresa pública e a sociedade de economia mista poderão celebrar convênio ou contrato de patrocínio com pessoa física ou com pessoa jurídica para promoção de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais e de inovação tecnológica, desde que comprovadamente vinculadas ao fortalecimento de sua marca, observando-se, no que couber, as normas de licitação e contratos desta Lei.”

“Art. 93. As despesas com publicidade e patrocínio da empresa pública e da sociedade de economia mista não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

§ 1º O limite disposto no caput poderá ser ampliado, até o limite de 2% (dois por cento) da receita bruta do exercício anterior, por proposta da diretoria da empresa pública ou da sociedade de economia mista justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da empresa ou da sociedade e aprovada pelo respectivo Conselho de Administração.

§ 2º É vedado à empresa pública e à sociedade de economia mista realizar, em ano de eleição para cargos do ente federativo a que sejam vinculadas, despesas com publicidade e patrocínio que excedam a média dos gastos nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito ou no último ano imediatamente anterior à eleição.”



Municípios, conforme o caso, facilitará o respeito à determinação constitucional contida no art. 37, § 1º, da CF.

Como forma de incentivar o respeito ao princípio da impessoalidade, são bastante tempestivas as determinações de, em caso de publicidade oficial em desacordo com o disposto na lei: a) nulidade do respectivo contrato de propaganda; e b) pagamento, pela autoridade responsável, de indenização ao erário de valor correspondente ao do respectivo contrato, devidamente atualizado até o dia do pagamento. É imperioso o estabelecimento de sanções expressivas para alcançarmos o comportamento desejado.

Para que tenhamos um controle maior das despesas com publicidade oficial, entendemos imprescindível que sejam estabelecidos limites concretos para esses gastos, razão pela qual consideramos adequados e razoáveis os seguintes percentuais máximos fixados pelo projeto principal: a) para a União, 0,5% dos investimentos autorizados na Lei Orçamentária Anual, no exercício anterior; b) para os Estados, 0,7%; c) para os Municípios, 1%.

Atentamos para manter excluídos desses limites os gastos com publicações obrigatórias de caráter fiscal, como editais, balanços e avisos.

Nessa linha de estipulação de limites para os gastos com publicidade e aproveitando as disposições do projeto apenso, fixamos um limite específico para despesas com publicidade de obras públicas: 10% do montante global anual investido pelo respectivo ente público em ações de publicidade e propaganda.

Sabemos que é através da realização de obras públicas e da respectiva divulgação ostensiva que, muitas vezes, gestores alavancam sua imagem. Ora, obras públicas necessárias são direito do cidadão, não se podendo admitir que sua realização seja causa de dispêndio desmedido de recursos públicos com a respectiva publicidade, razão pela qual consideramos de absoluta importância não só impor esse limite específico de gastos, como proibir qualquer despesa com publicidade de obras públicas em caso de não atingida a meta de *superávit* primário estabelecida nas diretrizes orçamentárias pelo respectivo ente público.



Por fim, parece-nos, no tocante à alteração à Lei de Improbidade Administrativa (LIA), que o “liberar verba pública” já estaria contemplado no inciso XI do art. 10 da LIA, motivo pelo qual adequamos a redação do inciso proposto para ser acrescido ao rol de atos de improbidade administrativa que causam lesão ao erário.

Esclareça-se que compete à CCJC a análise da constitucionalidade do projeto, ao passo em que os aspectos financeiros serão objeto de análise pela CFT.

Ante o exposto, votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 7.502, de 2014, e do Projeto de Lei nº 3.043, de 2015, apenso àquele, na forma do Substitutivo em anexo.

Sala da Comissão, em        de        de 2021.

Deputado KIM KATAGUIRI  
Relator

2021-3071



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Kim Kataguirí  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215708397300>



## COMISSÃO DE TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO

### SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 7.502, DE 2014

Apensado: PL nº 3.043/2015

Regulamenta o § 1º do art. 37 da Constituição Federal, para estabelecer regras e limites de gastos para a publicidade oficial dos atos, programas, obras, serviços e campanhas de órgãos e entidades públicas, e sanções para a sua violação.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei regulamenta o § 1º do artigo 37 da Constituição Federal, para estabelecer regras e limites de gastos para a publicidade oficial dos atos, programas, obras, serviços e campanhas de órgãos e entidades públicas, e sanções para a sua violação.

Art. 2º A publicidade oficial dos atos, programas, obras, serviços e campanhas de órgãos e entidades integrantes da administração direta, autárquica e fundacional da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios deverá ter caráter exclusivamente educativo, informativo ou de orientação social, vedado o uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades, servidores ou partidos.

Parágrafo único. Inclui-se na vedação do *caput* o uso de marcas, logomarcas, slogans e congêneres destinados a identificar, na opinião pública, a gestão de determinado governo, permitido apenas o uso do Brasão da República, dos Estados da Federação, do Distrito Federal e dos Municípios, conforme o caso.



Art. 3º O material de publicidade oficial será de inteira responsabilidade do órgão ou entidade contratante, ainda que executado por terceiro contratado, seja pessoa física ou jurídica.

Art. 4º Verificada a divulgação por mídias alternativas, pela *internet* ou por qualquer meio de comunicação convencional de publicidade oficial em desacordo com o disposto no art. 2º desta Lei, o juiz ordenará a imediata suspensão de sua veiculação.

Art. 5º A não observância do disposto no art. 2º implica a punição da autoridade responsável, nos termos da lei, além do pagamento de indenização ao erário de valor correspondente ao do respectivo contrato de propaganda ou similar, devidamente atualizado até o dia do pagamento.

Art. 6º O contrato de propaganda que tenha dado origem à publicidade oficial em desacordo com o art. 2º será anulado pela Administração por vício de legalidade, na forma do disposto no art. 53 da Lei nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999, ainda que preveja a execução de outras peças não eivadas de vício.

Art. 7º As despesas com publicidade oficial não poderão exceder, anualmente, os seguintes percentuais dos investimentos autorizados na Lei Orçamentária Anual, no exercício anterior:

I – 0,5% (cinco décimos por cento), no caso da União;

II – 0,7% (sete décimos por cento), no caso dos Estados e do Distrito Federal e

III – 1,0% (um por cento), no caso dos Municípios.

Parágrafo único. Os limites indicados neste artigo não se aplicam aos gastos com publicações obrigatórias de caráter fiscal, como editais, balanços e avisos.

Art. 8º As despesas com publicidade de obras públicas ficam restritas a, no máximo, dez por cento do montante global anual investido pelo respectivo ente público em ações de publicidade e propaganda.

Parágrafo único. Caso, no exercício anterior, não seja atingida a meta de *superávit* primário estabelecida nas diretrizes orçamentárias pelo

Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Kim Kataguiri

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215708397300>



respectivo ente público, fica vedado qualquer investimento em publicidade de obras públicas.

Art. 9º As despesas com publicidade oficial e sua veiculação devem constar das próprias publicações, ou ser divulgadas oralmente nas mídias faladas, na forma de regulamento.

Art. 10. Os valores analíticos e consolidados, referentes a quaisquer ações de comunicação, de órgãos e entidades integrantes da administração direta, autárquica e fundacional da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, pagos a agências de propaganda, veículos de comunicação, produtoras de vídeo, assessorias de imprensa e congêneres, serão disponibilizados na íntegra e em tempo real, no Sistema Integrado de Financeira (SIAFI), na esfera federal, no Sistema Integrado de Administração Financeira para Estados e Municípios (SIAFEM), nas esferas estadual e municipal e, onde não houver, serão publicados, mensalmente, em jornal de grande circulação do Município e do Estado.

Art. 11. Prescreve em cinco anos a pretensão de reparação de dano causado por violação ao disposto nesta Lei.

Art. 12. Acrescente-se o inciso XXII ao art. 10 da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992:

Art. 10.....

.....

XXII – celebrar contrato de propaganda ou similar visando à execução de publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos e entes públicos do qual decorra descumprimento dos parâmetros fixados no art. 37, § 1º, da Constituição Federal e na legislação específica.

Art. 13. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2021.



Deputado KIM KATAGUIRI  
Relator

2021-3071



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Kim KataguiRI  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215708397300>

