



PARECER PRELIMINAR DE PLENÁRIO PELAS COMISSÕES DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO, DE COMUNICAÇÃO E DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA

PROJETO DE LEI Nº 1.330, DE 2003

Apensados: PL nº 6.106/2005, PL nº 7.206/2006, PL nº 7.587/2006, PL nº 665/2007, PL nº 4.772/2009, PL nº 5.155/2009, PL nº 7.365/2010, PL nº 1.742/2011, PL nº 2.426/2011, PL nº 3.850/2012, PL nº 3.934/2012, PL nº 4.167/2012, PL nº 4.170/2012, PL nº 4.866/2012, PL nº 5.076/2013, PL nº 5.329/2013, PL nº 6.202/2013, PL nº 6.530/2013, PL nº 6.939/2013, PL nº 7.326/2014, PL nº 7.610/2014, PL nº 1.086/2015, PL nº 1.908/2015, PL nº 2.143/2015, PL nº 2.895/2015, PL nº 3.669/2015, PL nº 4.066/2015, PL nº 4.579/2016, PL nº 5.215/2016, PL nº 6.624/2016, PL nº 6.821/2017, PL nº 7.565/2017, PL nº 9.760/2018, PL nº 10.443/2018, PL nº 480/2019, PL nº 985/2019, PL nº 1.100/2019, PL nº 1.184/2019, PL nº 1.467/2019, PL nº 2.867/2019, PL nº 3.270/2019, PL nº 3.489/2019, PL nº 3.575/2019, PL nº 3.839/2019, PL nº 4.892/2019, PL nº 5.331/2019, PL nº 6.168/2019, PL nº 857/2020, PL nº 2.561/2020, PL nº 2.904/2020, PL nº 3.172/2020, PL nº 3.221/2020, PL nº 4.027/2020, PL nº 1.615/2023, PL nº 2.676/2023, PL nº 3.582/2023, PL nº 3.855/2023, PL nº 5.210/2023, PL nº 5.293/2023 e PL nº 5.366/2023

Acrescenta ao art. 55 da Lei nº 8.666 de 21 de junho de 1993, o parágrafo que discrimina.

Autor: Deputada IRINY LOPES

Relator: Deputado RODRIGO VALADARES

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei (PL) nº 1.330/2003 é de autoria da Deputada Iriny Lopes, foi protocolado em 25/6/2003 e tem o objetivo de alterar a Lei nº 8.666, de 21/6/1993, para acrescentar o § 5º ao art. 55 e, assim, estabelecer que, na execução de contratos de publicidade da administração pública, é obrigatória a divulgação, no teor de cada peça publicitária, das despesas totais realizadas ou previstas para a totalidade da campanha, com a identificação do contrato administrativo correspondente.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Em Despacho de 31/1/2023, após arquivamento do PL nº 3.894/2000, o PL nº 1.330/2003 passou a tramitar como proposição principal e, após novo Despacho de 27/3/2023, foi distribuído para análise prévia da: **a)** Comissão de Administração e Serviço Público (mérito); **b)** Comissão de Comunicação (mérito); e **c)** Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (mérito e art. 54 do RICD).

O PL nº 1.330/2003 tem 60 (sessenta) projetos de lei apensados, que buscam, no geral, concretizar o princípio da transparência, da moralidade e da economicidade na execução de campanhas publicitárias pelas administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal, impondo, em conformidade com o § 1º do art. 37 da Constituição Federal, medidas para impulsionar a transparência ativa, mitigar riscos de promoção pessoal de agentes políticos, restringir despesas públicas e potencializar o controle social, a saber:

1) PL nº 6.106/2005, de autoria do Deputado Josias Quintal, disciplina a realização de ações publicitárias no âmbito da administração pública federal;

2) PL nº 7.206/2006, de autoria do Deputado Lobbe Neto, estabelece a obrigatoriedade de divulgação dos custos da propaganda ou publicidade oficial de todas as ações de comunicação da administração pública federal, estadual, distrital e municipal;

3) PL nº 7.587/2006, de autoria da Comissão de Legislação Participativa, decorre de sugestão da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e disciplina a realização de publicidade oficial no âmbito da administração pública federal e altera a Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992 (Lei de Improbidade Administrativa), e a Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976 (Lei das Sociedades Anônimas);

4) PL nº 665/2007, de autoria do Deputado Manoel Junior, disciplina registro e informação sobre publicidade da administração pública federal, incluindo publicidade, apoios culturais e patrocínios;





CÂMARA DOS DEPUTADOS

5) PL nº 4.772/2009, de autoria do Deputado Vinicius Carvalho, altera a redação do art. 8º da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, estabelecendo, para as administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal, a obrigatoriedade na divulgação da origem dos recursos de obras decorrentes de emendas parlamentares;

6) PL nº 5.155/2009, de autoria do Deputado Ubiali, acrescenta novo artigo à Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, para dispor sobre a divulgação de informações referentes a obras ou serviços de engenharia;

7) PL nº 7.365/2010, de autoria do Deputado Leonardo Vilela, disciplina a publicidade no âmbito da administração pública federal, em conformidade com o § 1º do art. 37 da Constituição Federal;

8) PL nº 1.742/2011, de autoria do Deputado Washington Reis, dispõe sobre a publicidade e a propaganda das administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal, determinando que a divulgação em sítios de jornais e emissoras de radiodifusão também deverá ser veiculada nos respectivos sítios institucionais públicos;

9) PL nº 2.426/2011, de autoria do Deputado Carlaile Pedrosa, altera o inciso IV do art. 11 da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, para estabelecer como ato de improbidade administrativa “negar publicidade aos atos oficiais ou realizá-la de forma incompatível com o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal”;

10) PL nº 3.850/2012, de autoria do Deputado Lucio Vieira Lima, determina que propaganda institucional da Administração Pública terá fins exclusivamente educativos, informativos ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos, slogans ou imagens que contrariem os princípios da veracidade, moralidade, razoabilidade e impessoalidade;

11) PL nº 3.934/2012, de autoria do Deputado Renan Filho, altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para estabelecer que a publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas do governo





federal com entes subnacionais contenha informação acerca da parceria entre os entes federativos;

12) PL nº 4.167/2012, de autoria do Deputado Ruy Carneiro, disciplina a publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas da União, em conformidade com o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal;

13) PL nº 4.170/2012, de autoria do Deputado Francisco Praciano, estabelece a obrigatoriedade de divulgação, nas publicidades oficiais da administração pública federal, dos montantes gastos com a publicidade de seus atos, programas, obras, serviços e campanhas;

14) PL nº 4.866/2012, de autoria do Deputado Paulo Pimenta, determina que sejam divulgados os valores gastos pelos órgãos e entidades da administração pública federal em cada publicidade de seus atos, programas, obras, serviços e campanhas;

15) PL nº 5.076/2013, de autoria do Deputado Ronaldo Caiado, acrescenta o artigo 4º-A à Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, para determinar que, na propaganda institucional das administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal, conste de forma clara informações sobre o seu custo e sobre o número de veiculações ou inserções, independentemente do meio de comunicação em que for divulgada;

16) PL nº 5.329/2013, de autoria da Deputada Bruna Furlan, acrescenta o art. 8º-A à Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, para estabelecer a obrigatoriedade de colocação de placas informativas sobre contratos celebrados para a execução de obras, em local próximo ao de sua realização, sem prejuízo de outras formas de publicidade previstas em legislação específica;

17) PL nº 6.202/2013, de autoria do Deputado Onyx Lorenzoni, determina a divulgação dos custos de veiculação de propaganda de qualquer natureza, realizada através de jornal, revistas, rádio, televisão, internet e outros meios de comunicação;





CÂMARA DOS DEPUTADOS

18) PL nº 6.530/2013, de autoria do Deputado Luiz de Deus, veda a veiculação de propaganda oficial, realizada com recursos públicos do Orçamento Geral da União, de obras públicas ainda não concluídas;

19) PL nº 6.939/2013, de autoria do Deputado Eleuses Paiva, disciplina a publicidade e propaganda promovida pelas administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal, em conformidade com o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal;

20) PL nº 7.326/2014, de autoria do Deputado Felipe Bornier, altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para proibir a veiculação de campanhas publicitárias do Poder Público em veículos de comunicação que contenham material de cunho erótico ou de oferta de prostituição;

21) PL nº 7.610/2014, de autoria do Deputado Alfredo Sirkis, disciplina a publicidade institucional das administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal, em conformidade com o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal;

22) PL nº 1.086/2015, de autoria do Deputado Bacelar, disciplina a publicidade e a propaganda da administração pública, incluindo a divulgação das despesas realização em cada peça publicitária;

23) PL nº 1.908/2015, de autoria do Deputado Heráclito Fortes, altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para limitar a 1% do orçamento anual de cada órgão ou entidade pública o total das despesas a serem realizadas com a publicidade e propaganda dos atos, programas, obras, serviços e campanhas;

24) PL nº 2.143/2015, de autoria do Deputado Jeferson Campos, disciplina a divulgação dos custos referentes à publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas da Administração Pública Federal;

25) PL nº 2.895/2015, de autoria do Deputado Daniel Vilela, acrescenta artigo à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para proibir a contratação de serviços de publicidade por empresas estatais e sociedades de economia mista quando estas possuírem posição dominante em mercados





CÂMARA DOS DEPUTADOS

relevantes, ressalvados os anúncios atinentes a campanhas de esclarecimento público sobre fato de relevante interesse público pertinente à sua atividade;

26) PL nº 3.669/2015, de autoria do Deputado Alberto Fraga, regulamenta a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas das administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal, em conformidade com o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal;

27) PL nº 4.066/2015, de autoria do Deputado João Gualberto, limita os gastos com publicidade e estabelece critérios para identificação de bens públicos móveis e imóveis, vedando a sua associação à gestão específica ou a períodos administrativos determinados, no âmbito das administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal;

28) PL nº 4.579/2016, de autoria do Deputado Luiz Carlos Hauly, impõe a obrigatoriedade de a administração pública federal divulgar os recursos públicos destinados à publicidade institucional, de utilidade pública, mercadológica, legal, e de patrocínio e de apoio cultural de programas, especificando a razão social, a inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do beneficiário e o valor recebido;

29) PL nº 5.215/2016, de autoria do Deputado Rômulo Gouveia, altera o art. 8º da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, para estabelecer a obrigatoriedade de colocação, em local visível e próximo ao de sua execução, de placa informativa nas obras públicas, contendo informações de interesse público relacionadas à execução da obra;

30) PL nº 6.624/2016, de autoria do Deputado Vinicius Carvalho, inclui o parágrafo único ao art. 26 da Lei nº 5.700, de 1º de setembro de 1971, para vedar a criação e utilização de marcas próprias, conhecidas como “logotipos” com vistas a identificar determinada gestão governamental do Poder Executivo;

31) PL nº 6.821/2017, de autoria do Deputado Victor Mendes, estabelece que as despesas com publicidade não podem exceder anualmente 0,5% (cinco décimos por cento) dos investimentos autorizados na Lei





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Orçamentária anual do exercício anterior, bem como veda a publicidade relacionada a possíveis resultados futuros ou incertos, tais como lançamento de pedra fundamental em obra, anúncio de aquisição de novas ambulâncias, reforma em escolas e hospitais ainda não iniciada, pesquisas de popularidade e aceitação de governo, entre outros;

32) PL nº 7.565/2017, de autoria do Deputado Chico Alencar, acrescenta artigo à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para estabelecer a obrigatoriedade de divulgação de informações acerca dos custos das campanhas publicitárias oficiais;

33) PL nº 9.760/2018, de autoria do Deputado Evair Vieira de Melo, veda a destinação de recursos públicos para a realização de eventos voltados exclusivamente à publicidade do: I - início ou conclusão de programa ou ação de governo; II - celebração de contrato, convênio, acordo ou ajuste; III - da inauguração de obra pública ou conclusão de determinada etapa da sua construção;

34) PL nº 10.443/2018, de autoria do Deputado Victório Galli, estabelece que as licitações que envolvam recursos provenientes de emendas parlamentares sejam acompanhadas pelo ministério público;

35) PL nº 480/2019, de autoria do Deputado Capitão Wagner, acrescenta o art. 1º-A na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para disciplinar a publicidade das administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal, em conformidade com o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal;

36) PL nº 985/2019, de autoria do Deputado Kim Kataguirí, disciplina a propaganda e as ações de comunicação dos atos, programas, obras, serviços e campanhas das administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal, em conformidade com o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal;

37) PL nº 1.100/2019, de autoria do Deputado Marcelo Moraes, determina a obrigatoriedade de as administrações públicas federal, estadual,





CÂMARA DOS DEPUTADOS

distrital e municipal informarem o valor gasto com publicidade em cada anúncio que for veiculado, seja no rádio, TV ou mídia impressa;

38) PL nº 1.184/2019, de autoria da Deputada Fernanda Melchionna, determina a obrigatoriedade de as administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal informarem, em suas peças publicitárias, o custo total ao erário, número de inscrição do CNPJ ou no CPF do responsável pela sua elaboração, quantidade de exemplares e inserções no caso de veiculação impressa;

39) PL nº 1.467/2019, de autoria do Deputado Aécio Neves, altera a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, e a Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, para estabelecer normas de transparência e responsabilização em relação à publicidade institucional das administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal;

40) PL nº 2.867/2019, de autoria do Deputado Fabio Faria, acrescenta novo parágrafo à Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, para determinar que as empresas estatais devem divulgar as despesas relacionadas a patrocínio e publicidade;

41) PL nº 3.270/2019, de autoria do Deputado Daniel Coelho, estabelece regras para a obediência ao princípio da impessoalidade em documentos e materiais da administração pública, bem como para exigir a utilização das Armas Nacionais conforme Lei nº 5.700, de 1º de setembro de 1971;

42) PL nº 3.489/2019, de autoria da Deputada Luiza Erundina, determina a obrigatoriedade de mensagem estimuladora do exercício da cidadania na publicidade dos serviços e obras realizados pelos órgãos públicos federais;

43) PL nº 3.575/2019, de autoria do Deputado Fabio Henrique, estabelece objetivos e diretrizes para o desenvolvimento e execução das ações de comunicação da administração pública federal;





CÂMARA DOS DEPUTADOS

44) PL nº 3.839/2019, de autoria do Deputado Fabio Henrique, determina o uso exclusivo do brasão oficial como marca de gestão na publicidade de órgãos públicos;

45) PL nº 4.892/2019, de autoria do Deputado 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, inclusive a determinação de divulgação das despesas realizadas;

46) PL nº 5.331/2019, de autoria da Deputada Edna Henrique, para determinar que a administração pública federal realize a divulgação trimestral das despesas com publicidade, patrocínio, etc.;

47) PL nº 6.168/2019, de autoria do Deputado Sanderson, altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para vedar a contratação de serviços de publicidade e propaganda pelos entes federados cujo montante da despesa autorizada em cada exercício financeiro seja superior ao total das receitas estimadas para o mesmo período;

48) PL nº 857/2020, de autoria do Deputado Kim Kataguirí e outros, para determinar que, em caso de pandemias, todo e qualquer gasto com comunicação ou publicidade de órgãos públicos da administração direta e indireta deverão ser destinados exclusivamente com campanhas de prevenção e combate ao surto;

49) PL nº 2.561/2020, de autoria do Deputado Claudio Cajado, acrescenta o art. 67-A à Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, para estabelecer a obrigatoriedade de colocação, em local visível e próximo ao de sua execução, de placa informativa nas obras públicas, contendo informações de interesse público relacionadas à execução da obra;

50) PL nº 2.904/2020, de autoria do Deputado Alexandre Frota, estabelece que, no mínimo, 70% (setenta por cento) das verbas anuais reservadas para despesas com publicidade seja destinada para campanhas





educativas de resgate da cidadania e para campanhas destinadas à saúde pública;

51) PL nº 3.172/2020 (com requerimento de urgência apresentado em 24/8/2023), de autoria do Deputado Marcel Von Hattem e outros, determina que os anúncios publicitários das administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal contenham o valor pago para cada inserção, bem como determina que elas divulguem os valores relacionados a patrocínios;

52) PL nº 3.221/2020, de autoria do Deputado Frei Anastacio Ribeiro, acrescenta o art. 4º-A à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para proibir patrocínio, publicidade institucional, publicidade de utilidade pública ou publicidade mercadológica junto a empresas ou intermediários que façam anúncios, direta ou indiretamente, em provedores de aplicação de internet que promovam desinformação ou divulguem notícias falsas;

53) PL nº 4.027/2020, de autoria do Deputado João Daniel, altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2020, para impedir a veiculação de publicidade pelas administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal em veículos de comunicação que propaguem notícias falsas;

54) PL nº 1.615/2023, de autoria do Deputado José Medeiros, acrescenta novo parágrafo ao art. 1º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para determinar que as peças publicitárias que caracterizem promoção da administração pública sejam veiculadas exclusivamente nos canais e portais oficiais e em meios de comunicação em que a divulgação se faça sem ônus para a administração;

55) PL nº 2.676/2023, de autoria do Deputado Prof. Paulo Fernando, altera a Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, para estabelecer como ato de improbidade a divulgação dolosa de informação falsa, fraudulenta ou distorcida que resulte em prejuízo à Administração;

56) PL nº 3.582/2023, de autoria do Deputado Marcelo Álvaro Antônio, disciplina a identidade visual da República Federativa do Brasil,





CÂMARA DOS DEPUTADOS

determinando que os atos oficiais sejam divulgados observando-se as cores oficiais da bandeira nacional;

57) PL nº 3.855/2023, de autoria do Deputado Adail Filho, acrescenta o art. 66-A na Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2023, para proibir a contratação de serviços de comunicação de pessoas jurídicas ou pessoas físicas que tenham sido condenadas, em decisão com trânsito em julgado, por crimes cibernéticos em decorrência de propagação de notícia falsa;

58) PL nº 5.210/2023, de autoria do Bibo Nunes, acrescenta os § 2º a 5º no art. 15 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para especificar os veículos e meios elegíveis para veiculação de campanhas publicitárias, limitar a, no máximo, 20% o que cada veículo pode receber do total dos recursos públicos utilizados em campanhas publicitárias e obrigar a divulgação nas peças publicitárias das despesas públicas realizadas nas campanhas;

59) PL nº 5.293/2023, de autoria do Deputado Rafael Brito, acrescenta o art. 15-A na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para determinar que pelo menos 5% dos recursos públicos destinados a serviços de publicidade sejam utilizados em campanhas de promoção da saúde e bem-estar da população;

60) PL nº 5.366/2023, de autoria do Deputado Abilio Brunini, acrescenta os § 2º a 5º no art. 16 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para estabelecer a obrigatoriedade de as peças publicitárias conterem um “QR Code” para disponibilizar informações detalhadas sobre os custos das campanhas publicitárias, bem como definir sanções no caso de descumprimento da obrigação estabelecida.

Com fundamento no art. 155 do Regimento Interno, foi protocolado o Requerimento de Urgência nº 2786/2023, devidamente apreciado e aprovado pelo Plenário desta Casa Legislativa em 18/10/2023. Designado para relatar a matéria diretamente em Plenário, depois de analisar o PL nº 1.330/2003 e os seus 60 (sessenta) apensados, com auxílio da Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados, passo a proferir meu voto





pela Comissão de Administração e Serviço Público, Comissão de Comunicação, e Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

II - VOTO DO RELATOR

1. *Análise de Mérito*

Há, de início, a necessidade de destacar a evolução da legislação pátria desde que o PL nº 1.330/2003 foi protocolado em 25/6/2003, sobretudo por ele propor o aperfeiçoamento da Lei nº 8.666/1993, antiga Lei Geral de Licitações, impondo, na execução de contratos de publicidade da administração pública, a divulgação obrigatória, no teor de cada peça publicitária, das despesas totais realizadas ou previstas para a totalidade da campanha publicitária, com a identificação do contrato administrativo correspondente.

O PL nº 1.330/2003 e boa parte dos apensados desconsideram, por exemplo, a edição da Lei nº 12.232, de 29/4/2010, que disciplina as contratações de serviços de publicidade, da Lei nº 12.527, de 18/11/2011, que regula o acesso a informações públicas, e da Lei nº 14.133, de 1º/4/2021, que estabeleceu o novo marco legal das contratações públicas, determinando a revogação da própria Lei nº 8.666/1993 em 30/12/2023 (conforme alteração efetuada pela Lei Complementar nº 198, de 28/6/2023).

Portanto, do ponto de vista formal, o PL nº 1.330/2003 e os respectivos apensados precisam ser: **(i)** compatibilizados às Leis citadas, observando-se o disposto no inciso IV do art. 7º da Lei Complementar nº 95, de 26/2/1998, que estabelece que o “mesmo assunto não poderá ser disciplinado por mais de uma lei”; e **(ii)** sistematizados em um único texto normativo, contemplando regras uniformes em todo o território nacional e aplicáveis a todos os entes federativos.

O mérito do PL nº 1.330/2003 e dos seus apensados é inequívoco, pois eles procuram, no geral, alinhar a publicidade institucional das





administrações públicas federal, estadual, distrital e municipal aos princípios constitucionais e ao disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal, impondo medidas para impulsionar a transparência ativa, mitigar riscos de promoção pessoal de agentes políticos, refrear despesas públicas desnecessárias e potencializar o controle social.

“Art. 37 [...] § 1º. 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.”

Nesse cenário, além de aperfeiçoamentos formais, o Substitutivo também consolidará diversas contribuições do PL nº 1.330/2003 e dos seus apensados, para aperfeiçoar a publicidade e a comunicação das administrações públicas, notadamente para compatibilizar a Lei nº 12.232/2010, a Lei nº 12.527/2011 e a Lei nº 13.303/2016 às normas constitucionais já comentadas, notadamente para dificultar desvios que comprometem o caráter educativo, informativo e de orientação social das propagandas públicas. O Substitutivo anexo contempla as seguintes medidas:

- Delimita a utilização de contratos de serviços de publicidade exclusivamente para a realização de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social nas áreas de saúde, educação e segurança, sobre matéria eleitoral e outros temas de relevante interesse público que contribuam para a valorização da dignidade da pessoa humana e o fortalecimento do Estado Democrático de Direito; ou para a divulgação da execução de políticas públicas, especificamente o fornecimento de informações precisas à sociedade sobre a forma de acesso a seus benefícios e os procedimentos e prazos a serem observados pelos cidadãos;
- Determina o alinhamento dos contratos de publicidade aos planos de comunicação dos entes federativos, que deverão estabelecer





diretrizes e objetivos para a democratização e diversificação de canais, meios e veículos de divulgação;

- Proíbe a utilização de contratos de serviços de publicidade para divulgação de nomes, símbolos, logotipos, slogans, imagens e iniciativas que caracterizem promoção pessoal ou de governos, admitindo-se apenas a divulgação do nome e do brasão oficial do ente federativo nas peças publicitárias;

- Exige que, nas veiculações relacionadas a contratos de serviços de publicidade, sejam divulgados, no teor de cada peça publicitária, os custos de cada inserção e as despesas totais previstas e realizadas para a totalidade da campanha, com a identificação do contrato administrativo correspondente;

- Determina ampla transparência ativa das licitações e dos contratos de serviços de publicidade no Portal Nacional de Contratações Públicas de que trata a Lei nº 14.133, de 1º de agosto de 2021, bem como de divulgação detalhada das licitações e da execução dos contratos de serviços de publicidade pelos entes federativos nos seus respectivos sítios eletrônicos oficiais de que tratam os §§ 2º e 3º do art. 8º da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011;

- Estabelece que as peças publicitárias, divulgadas em quaisquer canais, meios e veículos de comunicação, devem informar ostensivamente, sempre que possível de forma falada e escrita e de modo que possibilite fácil compreensão pelo cidadão, as despesas de criação e de divulgação de cada inserção e as despesas totais de criação e divulgação de toda a campanha publicitária;

- Determina a inclusão de código de resposta rápida (QR Code) nas peças publicitárias com capacidade de redirecionar os cidadãos





para o sítio eletrônico oficial que contém as informações detalhadas acerca das licitações e dos contratos de serviços de publicidade;

- Impõe os limites de 0,5% (cinco décimos por cento) das receitas públicas arrecadadas no exercício e de 5% (cinco por cento) do total de investimentos realizados pelo ente federativo no mesmo exercício para realização de despesas com serviços de publicidade e com serviços de comunicação institucional, ressalvando situação de emergência e estado de calamidade pública reconhecidos pelo Poder Executivo federal;

- Exige, no caso de obras públicas, a colocação de placa em local visível ao público, com informações necessárias para a realização do devido controle social, em conformidade com a Lei de Acesso à Informação;

- Determina de que as despesas com publicidade e patrocínio das empresas estatais estejam alinhadas à carta anual de governança corporativa e ao plano de negócios, com a imposição de sua ampla divulgação nos respectivos sítios eletrônicos;

- Estabelece o limite de 0,1% (um décimo por cento) da receita operacional bruta para as despesas com publicidade e patrocínio de empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias que prestam serviços públicos ou que exploram atividade econômica em regime de monopólio ou em mercado não caracterizado por situação de livre concorrência;

- Determina de que as despesas com publicidade e patrocínio das empresas estatais estejam alinhadas à carta anual de governança corporativa e ao plano de negócios, com a imposição de sua ampla divulgação nos respectivos sítios eletrônicos e fiscalização prioritária dos órgãos de controle externo e interno.

- Revoga o § 4º do art. 8º da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, para determinar que todos os entes federativos observem





as mesmas regras de transparência ativa, notadamente para divulgação em sítios eletrônicos oficiais das informações de interesse público;

Destaco, a propósito, que não foram necessárias alterações da Lei nº 8.429, de 2/6/1992, pois as alterações realizadas recentemente pela Lei nº 14.230, de 25/10/2021 já atendem iniciativas constantes nos PLs analisados, já se prevendo, no inciso XII do art. 11 da Lei nº 8.429/1992, como ato de improbidade, a prática de “ato de publicidade que contrarie o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal, de forma a promover inequívoco enaltecimento do agente público e personalização de atos, de programas, de obras, de serviços ou de campanhas dos órgãos públicos”.

II.2 Exame de Constitucionalidade, Juridicidade e Boa Técnica Legislativa

Conforme alínea “a” do inciso IV do art. 32 e inciso III do art. 53 do Regimento Interno, a Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania também tem competência para examinar aspectos relacionados à constitucionalidade, legalidade, juridicidade, regimentalidade e de técnica legislativa das proposições legislativas.

O PL nº 1.330/2003 e os respectivos apensados, ao serem cotejados com a Constituição Federal de 1988 (CF/88), **não apresentam qualquer vício de constitucionalidade formal ou material**. Em resumo, as Proposições observam, na forma do Substitutivo anexo, os requisitos constitucionais, destacando-se, por exemplo, que a matéria é de competência legislativa da União, não possui reserva de iniciativa, pode ser disciplinada por meio de lei ordinária e é compatível com as demais exigências materiais estabelecidas no texto constitucional, estando alinhados aos princípios reitores da Administração Pública.

Destaco, ainda, que o PL nº 1.330/2003 e os respectivos apensados **são dotados de juridicidade e estão em conformidade com a boa técnica legislativa**, pois, na forma do Substitutivo anexo, não violam qualquer princípio geral do direito, possuem os atributos exigidos de uma norma jurídica (novidade, abstração, generalidade, imperatividade e





coercibilidade) e observam as regras constantes na Lei Complementar nº 95, de 26/2/1998.

II.3 Conclusão do Voto

Por todo o exposto, na certeza de que os Projetos de Leis ora analisados contribuem, no geral, para a concretização dos princípios da administração pública consagrados na Constituição Federal, impondo, nas contratações de serviços de publicidade, medidas que vão restringir despesas públicas desarrazoadas, mitigar riscos de promoção pessoal de agentes políticos, potencializar a transparência ativa, estimular o planejamento e, principalmente, impulsionar o controle social, concluo meu voto da seguinte forma:

(I) pela **Comissão de Administração e Serviço Público**, votamos, no mérito, pela aprovação do PL nº 1.330/2003 e dos respectivos apensados, na forma do Substitutivo anexo;

(II) pela **Comissão de Comunicação**, votamos, no mérito, pela aprovação do PL nº 1.330/2003 e dos respectivos apensados, na forma do;

(III) pela **Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania**, votamos: *a)* pela constitucionalidade, juridicidade e boa técnica legislativa do PL nº 1.330/2003, dos respectivos apensados e do Substitutivo da Comissão de Administração e Serviço Público; e *b)* no mérito, pela aprovação do PL nº 1.330/2003 e dos respectivos apensados, na forma do Substitutivo da Comissão de Administração e Serviço Público.

Sala das Sessões, em de novembro de 2023.

RODRIGO VALADARES
DEPUTADO FEDERAL – UNIÃO/SE
RELATOR





COMISSÃO DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO
SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI 1.330, DE 2003

Apensados: PL nº 6.106/2005, PL nº 7.206/2006, PL nº 7.587/2006, PL nº 665/2007, PL nº 4.772/2009, PL nº 5.155/2009, PL nº 7.365/2010, PL nº 1.742/2011, PL nº 2.426/2011, PL nº 3.850/2012, PL nº 3.934/2012, PL nº 4.167/2012, PL nº 4.170/2012, PL nº 4.866/2012, PL nº 5.076/2013, PL nº 5.329/2013, PL nº 6.202/2013, PL nº 6.530/2013, PL nº 6.939/2013, PL nº 7.326/2014, PL nº 7.610/2014, PL nº 1.086/2015, PL nº 1.908/2015, PL nº 2.143/2015, PL nº 2.895/2015, PL nº 3.669/2015, PL nº 4.066/2015, PL nº 4.579/2016, PL nº 5.215/2016, PL nº 6.624/2016, PL nº 6.821/2017, PL nº 7.565/2017, PL nº 9.760/2018, PL nº 10.443/2018, PL nº 480/2019, PL nº 985/2019, PL nº 1.100/2019, PL nº 1.184/2019, PL nº 1.467/2019, PL nº 2.867/2019, PL nº 3.270/2019, PL nº 3.489/2019, PL nº 3.575/2019, PL nº 3.839/2019, PL nº 4.892/2019, PL nº 5.331/2019, PL nº 6.168/2019, PL nº 857/2020, PL nº 2.561/2020, PL nº 2.904/2020, PL nº 3.172/2020, PL nº 3.221/2020, PL nº 4.027/2020, PL nº 1.615/2023, PL nº 2.676/2023, PL nº 3.582/2023 PL nº 3.855/2023, PL nº 5.210/2023, PL nº 5.293/2023 e PL nº 5.366/2023

Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para aperfeiçoar as licitações e a execução dos contratos de serviços de publicidade; e a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, e a Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, para estabelecer exigências de transparência ativa relativas às licitações e aos contratos de serviços de publicidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 1º

.....”





CÂMARA DOS DEPUTADOS

§ 2º A Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e a Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar.” (NR)

“Art. 2º Para fins desta Lei, consideram-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos canais, meios e veículos de divulgação relacionados à:

I – realização de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social nas áreas de saúde, educação e segurança, sobre matéria eleitoral e outros temas de relevante interesse público que contribuam para a valorização da dignidade da pessoa humana e o fortalecimento do Estado Democrático de Direito; ou

II – execução de políticas públicas, especificamente para o fornecimento de informações precisas à sociedade sobre a forma de exercício dos seus direitos e os procedimentos e prazos a serem observados pelos cidadãos.

.....

§ 2º-A Os contratos de serviços de publicidade terão somente as finalidades especificadas nos incisos I e II do *caput* deste artigo e, no âmbito de cada ente federativo, deverão estar alinhados aos respectivos planos de comunicação, que estabelecerão diretrizes e objetivos para a democratização, pluralismo e diversificação de canais, meios e veículos de divulgação.

.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

§ 2º-B Os contratos de serviços de publicidade não poderão ser utilizados para divulgação de nomes, símbolos, logotipos, slogans, imagens e iniciativas que caracterizem promoção pessoal, partidária ou de governos, admitindo-se apenas a divulgação do nome e do brasão oficial do ente federativo nas peças publicitárias.

.....” (NR)

“Art. 16. As licitações e os contratos de serviços de publicidade, bem como seus respectivos aditivos, deverão ser divulgados no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) criado pelo art. 174 da Lei nº 14.133, de 1º de agosto de 2021.

Parágrafo único. As licitações e as execuções dos contratos de serviços de publicidade também serão divulgadas pelos entes federativos nos seus respectivos sítios eletrônicos oficiais de que tratam os §§ 2º e 3º do art. 8º da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, incluindo:

I – a íntegra dos documentos referentes à licitação, incluindo projeto básico e *briefing*;

II – a íntegra do contrato celebrado e, se for o caso, de eventuais aditivos;

III – plano de ação de comunicação, incluindo estratégias de seleção de canais, meios e veículos de divulgação, com a especificação de métricas para aferição dos resultados alcançados;

IV – íntegra das peças publicitárias elaboradas;

V – documentos fiscais, com a especificação dos valores relativos aos serviços prestados por agência de propaganda e dos valores referentes à divulgação das peças publicitárias nos veículos de divulgação;





CÂMARA DOS DEPUTADOS

VI – relatórios de fiscalização dos contratos de serviços de publicidade; e

VII – relatórios de execução dos planos de comunicação, em linguagem simples e com dados consolidados, incluindo gráficos, tabelas e infográficos para facilitar a compreensão.”
(NR)

“Art. 16-A. As peças publicitárias, divulgadas em quaisquer canais, meios e veículos de comunicação, devem informar ostensivamente, sempre que possível de forma falada e escrita e de modo que possibilite fácil compreensão pelo cidadão, as despesas de criação e de divulgação de cada inserção e as despesas totais de criação e divulgação de toda a campanha publicitária.

Parágrafo único. Em acréscimo às exigências previstas no *caput* deste artigo, as peças publicitárias deverão conter código de resposta rápida (*QR Code*) com capacidade de redirecionar os cidadãos para o sítio eletrônico oficial de que trata o parágrafo único do art. 16 desta Lei como forma de estimular e facilitar o controle social.”

“Art. 21. Salvo em situação de emergência ou estado de calamidade pública reconhecidos pelo Poder Executivo federal, as despesas com ações de comunicação, incluindo serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital não ultrapassarão, em cada exercício, os limites de 0,5% (cinco décimos por cento) das receitas públicas arrecadadas no exercício e de 5% (cinco por cento) do total de investimentos realizados pelo ente federativo no mesmo exercício.

§ 1º É vedado ao ente federativo, nos 6 (seis) meses que antecedem eleição, realizar despesas com serviços de publicidade e com serviços de comunicação institucional que





CÂMARA DOS DEPUTADOS

excedam a média mensal dos últimos três anos que antecedem o pleito.

§ 2º É vedado ao ente federativo realizar despesas com serviços de publicidade e com serviços de comunicação institucional quando as despesas autorizadas no exercício financeiro excederem as receitas estimadas para o mesmo período na lei orçamentária anual.

§ 3º Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas relacionadas a serviços de publicidade e a serviços de comunicação institucional, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.” (NR)

Art. 2º A Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 4º.

Parágrafo único. Os documentos de que trata o inciso II do *caput* deste artigo não podem conter nomes, símbolos, logotipos, slogans e imagens que caracterizem promoção pessoal ou de governos, devendo conter apenas nome e brasão oficial do ente federativo.” (NR)

“Art. 8º.

§ 2º-A No caso de obras públicas, sem prejuízo da divulgação na forma do § 2º deste artigo, é obrigatória a instalação e manutenção pelo contratado, no decorrer da execução contratual, de placa em local visível ao público com as seguintes informações:

I – objeto do contrato;





CÂMARA DOS DEPUTADOS

II – datas de início, de conclusão das principais etapas e de entrega do objeto contratado;

III – valor do contrato, a ser atualizado no caso de aditivos;

IV – identificação do fiscal do contrato designado pela Administração Pública, com a indicação do seu número de telefone e endereço eletrônico para contato;

V – identificação da ouvidoria do órgão ou entidade pública contratante, com a indicação do número de telefone e endereço eletrônico para contato.

§ 2º-B O princípio da impessoalidade deverá ser observado no conteúdo das placas de que trata o § 2º-A deste artigo, vedada a utilização ou sua associação a nomes, símbolos, logotipos, slogans e imagens que caracterizem promoção pessoal ou de governos, admitindo-se exclusivamente a utilização de nome e brasão oficial do ente federativo responsável pelo financiamento e execução da obra.

.....” (NR)

Art. 3º A Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, passa a vigorar com as seguintes alterações:

Art. 93.

.....

§ 3º Não se aplicam o limite estabelecido no *caput* e no § 1º deste artigo às empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias que prestam serviços públicos ou que exploram atividade econômica em regime de monopólio ou em mercado não caracterizado por situação de livre concorrência, que estarão sujeitas ao limite de 0,1% (um décimo por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior para realização de despesas com publicidade e patrocínio,





CÂMARA DOS DEPUTADOS

§ 4º As despesas com publicidade e patrocínio de que trata este artigo deverão estar alinhadas à carta anual de governança corporativa e ao plano de negócios das empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias, que as divulgarão, de forma permanente, nos seus respectivos sítios oficiais, ficando sujeitas à fiscalização prioritária dos órgãos de controle externo e interno”. (NR)

Art. 4º Revoga-se o § 4º do art. 8º da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

Sala das Sessões, em de novembro de 2023.

RODRIGO VALADARES
DEPUTADO FEDERAL – UNIÃO/SE
RELATOR

