



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

**PROJETO DE LEI Nº , DE DE 2025**  
(Do Senhor Marcos Tavares)

Dispõe sobre a transparência nos gastos com publicidade governamental e institui o Portal Nacional de Transparência na Publicidade Pública (PNTPP), estabelecendo critérios para a divulgação, fiscalização e controle das despesas publicitárias realizadas pelos governos federal, estaduais e municipais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica instituído o Portal Nacional de Transparência na Publicidade Pública (PNTPP), ferramenta eletrônica oficial destinada a centralizar, armazenar e disponibilizar, em tempo real, todas as informações relativas às despesas com publicidade e comunicação institucional realizadas por órgãos e entidades da administração pública direta e indireta da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

Parágrafo único. O PNTPP será de acesso público e gratuito, assegurando a transparência e controle social sobre os gastos governamentais com publicidade.

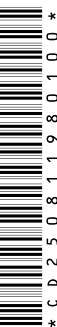
Art. 2º Todos os órgãos e entidades da administração pública que realizarem despesas com publicidade institucional ficam obrigados a registrar no PNTPP as seguintes informações:

I – Valor total da campanha publicitária e seu desdobramento por tipo de mídia contratada;

II – Fonte orçamentária utilizada, discriminando a dotação orçamentária específica;

III – Relação detalhada dos veículos de comunicação contratados, incluindo valores individuais pagos a cada meio de divulgação (TV, rádio, internet, jornal, outdoor, redes sociais, entre outros);

IV – Justificativa técnica para a escolha dos veículos de comunicação e estratégia de segmentação do público-alvo;





**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

Apresentação: 18/03/2025 22:16:38.287 - Mesa

PL n.1095/2025

V – Objetivo institucional da campanha, alinhado às políticas públicas do órgão responsável;

VI – Estimativa de alcance, métricas de engajamento e impacto esperado da campanha;

VII – Relatório de desempenho da publicidade veiculada, incluindo indicadores de eficiência e efetividade dos investimentos realizados.

Art. 3º Os gastos com publicidade governamental deverão obedecer aos seguintes limites anuais, calculados com base na receita líquida do ente federativo:

I – Governo Federal: até 0,5% da receita líquida anual da União;

II – Governos Estaduais e do Distrito Federal: até 0,4% da receita líquida anual do respectivo estado;

III – Municípios com mais de 500 mil habitantes: até 0,3% da receita líquida anual;

IV – Municípios com menos de 500 mil habitantes: até 0,2% da receita líquida anual.

Parágrafo único. Nos anos eleitorais, o limite de gastos com publicidade institucional será reduzido em 50%, exceto para campanhas de utilidade pública nas áreas de saúde, segurança pública e educação.

Art. 4º Fica vedada a utilização de recursos públicos para campanhas publicitárias que tenham caráter promocional de agentes políticos em exercício, sendo expressamente proibido:

I – A inclusão de nomes, imagens, slogans ou símbolos que caracterizem promoção pessoal de prefeitos, governadores, presidentes, ministros ou secretários;

II – O uso de elementos visuais associados a uma determinada gestão pública, salvo os símbolos oficiais do ente federativo;

III – A veiculação de conteúdos publicitários que exaltem a administração pública sem apresentar informações técnicas, métricas e dados concretos sobre o impacto da ação divulgada.

Art. 5º O cumprimento desta Lei será fiscalizado pelos seguintes órgãos:

I – Tribunal de Contas da União (TCU), para os gastos do Governo Federal;



\* C D 2 5 0 8 1 1 9 8 0 1 0 0 \*



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

II – Tribunais de Contas Estaduais e Municipais, para os gastos das respectivas administrações locais;

III – Controladoria-Geral da União (CGU), em conjunto com o Ministério Público, para auditoria dos dados divulgados no PNTTP.

Art. 6º O descumprimento das disposições desta Lei sujeitará os gestores responsáveis às seguintes penalidades:

I – Multa equivalente a até 30% do valor irregularmente empregado;

II – Impedimento de novas contratações publicitárias pelo órgão infrator por até 12 meses;

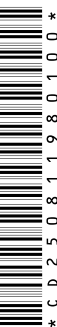
III – Ação por improbidade administrativa, nos termos da Lei nº 8.429/1992, para casos de reincidência ou desvio de finalidade dos recursos.

Art. 7º Os órgãos e entidades públicas terão o prazo de 120 dias a partir da publicação desta Lei para se adequarem às novas exigências.

Art. 8º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões, em        de        de 2025.

**MARCOS TAVARES**  
**Deputado Federal**  
**PDT-RJ**





**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

**JUSTIFICATIVA**

O presente Projeto de Lei busca estabelecer mecanismos rigorosos de controle e transparência nos gastos com publicidade governamental, garantindo que a aplicação desses recursos seja eficiente, ética e voltada ao interesse público.

O orçamento destinado à publicidade governamental no Brasil tem sido objeto de recorrentes questionamentos e denúncias, uma vez que a falta de transparência e critérios objetivos na alocação desses recursos favorece abusos, desperdícios e uso político-eleitoral dos investimentos em comunicação institucional.

Em 2023, a União destinou mais de R\$ 850 milhões à publicidade institucional, enquanto estados e municípios investiram valores ainda mais expressivos. Sem um controle eficaz, esses recursos podem ser direcionados de maneira desproporcional, beneficiando determinados grupos de mídia e prejudicando o equilíbrio do mercado publicitário.

A proposta visa reduzir a influência política sobre os gastos publicitários, proibindo a utilização de campanhas para promoção pessoal de agentes públicos e estabelecendo critérios objetivos para alocação dos recursos. A implementação do Portal Nacional de Transparência na Publicidade Pública (PNTPP) permitirá que a população e os órgãos de controle acompanhem em tempo real quanto está sendo gasto, onde e com qual finalidade, garantindo maior fiscalização e evitando a destinação desproporcional de verbas a determinados veículos de mídia.

Além disso, a fixação de limites de investimento baseados na receita líquida dos entes federativos impedirá que governos gastem valores excessivos com publicidade em detrimento de áreas prioritárias, como saúde, educação e segurança pública.

A vedação do uso da publicidade estatal para promoção pessoal de agentes políticos reforça os princípios constitucionais da moralidade e impessoalidade administrativa e reduz a possibilidade de uso da máquina pública para fins eleitorais.

Por fim, a previsão de sanções rigorosas para o descumprimento das





**CÂMARA DOS DEPUTADOS**  
**DEPUTADO FEDERAL MARCOS TAVARES**

normas estabelecidas nesta Lei visa assegurar sua efetividade, responsabilizando gestores públicos que utilizarem recursos de publicidade de maneira irregular.

Diante da importância do tema e da necessidade de regulamentação mais rigorosa dos gastos com publicidade governamental, este projeto de lei se justifica como uma medida essencial para aprimorar a gestão pública, garantir transparência e evitar o uso indevido dos recursos destinados à comunicação institucional.

Dessa forma, solicita-se o apoio dos nobres parlamentares para a aprovação desta matéria, em benefício da transparência e eficiência no uso dos recursos públicos.

**Sala das Sessões, em                      de                      de 2025.**

**MARCOS TAVARES**  
**Deputado Federal**  
**PDT-RJ**

Apresentação: 18/03/2025 22:16:38.287 - Mesa

PL n.1095/2025

