



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.095, DE 2025 **(Do Sr. 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.

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE
ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO;
FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD) E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD



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:

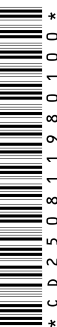
I – A inclusão de nomes, imagens, slogans ou símbolos que caracterizem promoção pessoal de prefeitos, governadores, presidentes, ministros ou secretários;

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;





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;

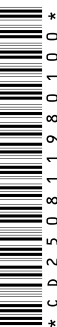
III – Ação por improbidade administrativa, nos termos da Lei nº 8.429/1992, para casos de reincidência ou desvio de finalidade dos recursos.

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





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.

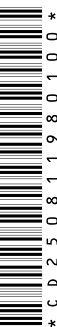
Em 2023, a União destinou mais de R\$ 850 milhões à publicidade institucional, enquanto estados e municípios investiram valores ainda mais expressivos. Sem um controle eficaz, esses recursos podem ser direcionados de maneira desproporcional, beneficiando determinados grupos de mídia e prejudicando o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

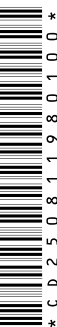
Dessa forma, solicita-se o apoio dos nobres parlamentares para a aprovação desta matéria, em benefício da transparência e eficiência no uso dos recursos públicos.

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





CÂMARA DOS DEPUTADOS

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 8.429, DE 2 DE JUNHO
DE 1992**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199206-02:8429>

FIM DO DOCUMENTO