



Câmara dos Deputados
Gabinete do Deputado Federal José Medeiros

PROJETO DE LEI Nº DE 2026 (Do Sr. José Medeiros)

Dispõe sobre a vedação do uso de recursos públicos para autopromoção de agentes públicos e para financiamento de veículos de comunicação com finalidade de favorecimento político, estabelece critérios objetivos para publicidade institucional e reforça os princípios da impessoalidade e moralidade administrativa.

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Esta Lei estabelece normas para impedir a utilização de recursos públicos para autopromoção de agentes públicos e para o financiamento de veículos de comunicação com finalidade de favorecimento político ou editorial.

Art. 2º A publicidade institucional dos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta obedecerá aos princípios da:

I – impessoalidade





II – moralidade administrativa

III – publicidade informativa

IV – transparência

V – neutralidade política

VI – finalidade pública

CAPÍTULO II

DA VEDAÇÃO À AUTOPROMOÇÃO

Art. 3º É vedado o uso de recursos públicos para promoção pessoal de agentes públicos, inclusive sob a forma de publicidade institucional.

Art. 4º Configura promoção pessoal:

I – menção a nome de agente público

II – uso de imagem ou voz da autoridade

III – slogans associados à gestão

IV – identidade visual personalizada de governo

V – exaltação de realizações administrativas

VI – publicidade com linguagem de marketing político

VII – associação de políticas públicas a governantes

CAPÍTULO III





DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Art. 5º A publicidade institucional deverá possuir exclusivamente caráter:

I – educativo

II – informativo

III – orientativo

IV – de utilidade pública

Art. 6º Fica vedada publicidade institucional destinada a:

I – promover gestão governamental

II – influenciar opinião política

III – exaltar realizações administrativas

IV – construir imagem positiva de governo

V – comparar gestões

CAPÍTULO IV

DA DISTRIBUIÇÃO DE RECURSOS À MÍDIA

Art. 7º A contratação de publicidade institucional com veículos de comunicação deverá observar critérios objetivos e técnicos.

Art. 8º É vedado:





- I – direcionamento político de verbas publicitárias
- II – favorecimento de veículos alinhados ao governo
- III – discriminação de veículos críticos
- IV – utilização de publicidade para influência editorial
- V – distribuição arbitrária de recursos

Art. 9º A distribuição deverá considerar:

- I – audiência comprovada
- II – alcance técnico
- III – regionalização
- IV – eficiência comunicacional
- V – interesse público

CAPÍTULO V

DA TRANSPARÊNCIA

Art. 10º Todos os gastos com publicidade institucional deverão ser divulgados em portal de transparência específico.

Art. 11º A divulgação deverá conter:

- I – valores contratados
- II – veículos beneficiados





Câmara dos Deputados
Gabinete do Deputado Federal José Medeiros

III – critérios técnicos

IV – objetivos da campanha

V – período de veiculação

CAPÍTULO VI

DA RESPONSABILIZAÇÃO

Art. 12º Constitui ato de improbidade administrativa:

I – utilização de publicidade para promoção pessoal

II – direcionamento político de verbas publicitárias

III – favorecimento midiático

IV – uso da publicidade para propaganda governamental

CAPÍTULO VII

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 13º O Poder Executivo regulamentará esta Lei.

Art. 14º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.





JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto de lei busca corrigir uma distorção estrutural do Estado brasileiro que utiliza de recursos públicos para autopromoção de governantes e para financiamento indireto de veículos de mídia com finalidade de obtenção de cobertura favorável.

Em um regime republicano e liberal, o governo deve ser avaliado por resultados, não por sua capacidade de investir em marketing com dinheiro do contribuinte.

A publicidade estatal não pode ser convertida em instrumento de construção de imagem política.

A Constituição Federal já estabelece limites claros. O art. 37, §1º, dispõe expressamente:

“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.”

Esse dispositivo constitucional é categórico ao vedar a promoção pessoal.

A presente proposição apenas regulamenta e concretiza essa norma constitucional, conferindo-lhe efetividade prática.





O Supremo Tribunal Federal possui entendimento consolidado no sentido de que a publicidade institucional deve observar rigorosamente o princípio da impessoalidade, sendo vedada a promoção pessoal de agentes públicos. A Corte reconhece que a publicidade estatal não pode ser utilizada como instrumento de propaganda política, sob pena de violação dos princípios da moralidade e da impessoalidade administrativa.

O Superior Tribunal de Justiça também tem reiteradamente decidido que a utilização de recursos públicos para promoção pessoal configura desvio de finalidade e pode caracterizar ato de improbidade administrativa.

No plano doutrinário, a vedação é amplamente reconhecida. Segundo José dos Santos Carvalho Filho, o princípio da impessoalidade impede que o administrador público utilize a máquina estatal para autopromoção, devendo a publicidade oficial limitar-se à informação necessária ao cidadão.

Maria Sylvia Zanella Di Pietro ensina que a publicidade administrativa não pode ser instrumento de propaganda política, sendo ilegítima quando destinada à valorização pessoal do governante.

Celso Antônio Bandeira de Mello sustenta que a Administração Pública deve agir com absoluta neutralidade, sendo ilícita qualquer forma de promoção pessoal com recursos públicos.

Alexandre de Moraes afirma que o princípio da impessoalidade proíbe a utilização da publicidade institucional como meio de promoção política ou eleitoral.

Portanto, a vedação ora proposta não constitui inovação radical, mas sim a positivação de entendimento já consolidado na doutrina e jurisprudência.





Além disso, o projeto também enfrenta outra distorção: a utilização de verbas publicitárias como mecanismo indireto de financiamento de veículos de comunicação com finalidade de obtenção de cobertura favorável.

Tal prática compromete a independência da imprensa e distorce o debate público, criando dependência financeira de veículos em relação ao poder público. Isso enfraquece a pluralidade informativa e compromete a fiscalização democrática do Estado.

A Constituição Federal protege a liberdade de imprensa e o pluralismo informativo. A distribuição arbitrária de verbas publicitárias com critérios políticos viola esses princípios e cria ambiente de captura institucional da mídia.

O projeto não proíbe publicidade institucional. Apenas exige critérios objetivos, técnicos e transparentes. Dessa forma, preserva-se a discricionariedade administrativa dentro dos limites constitucionais.

A discricionariedade administrativa não é poder absoluto. Conforme ensina Celso Antônio Bandeira de Mello, a discricionariedade é sempre limitada pela finalidade pública e pelos princípios constitucionais.

O administrador possui liberdade de escolha apenas dentro da legalidade.

Assim, a lei não elimina a discricionariedade, apenas estabelece parâmetros legítimos para sua utilização, impedindo abusos e desvios de finalidade.

Também não há qualquer afronta à liberdade de expressão. O projeto não regula conteúdo editorial, não impõe restrições à imprensa e não limita manifestações políticas. Apenas regula o uso de dinheiro público.





A liberdade de expressão protege o direito de falar. Não garante direito de ser financiado pelo Estado.

Da mesma forma, o projeto não impede que veículos de comunicação adotem qualquer linha editorial. Apenas impede que recursos públicos sejam utilizados como instrumento de influência política.

Portanto, a proposta não censura, não restringe opinião, não interfere na imprensa, não elimina discricionariedade, não limita comunicação institucional.

Os benefícios da proposta são evidentes, pois, fortalece a democracia, reduz a propaganda governamental, traz transparência no gasto público, traz respeito ao princípio da impessoalidade, traz proteção da independência da imprensa, demonstra a eliminação da autopromoção estatal e equilíbrio no debate público.

O Estado não deve competir no mercado de narrativas políticas utilizando recursos do contribuinte. Sua função é prestar serviços públicos e comunicar informações necessárias à população.

Governos devem ser julgados por suas entregas, não por sua capacidade de investir em marketing com dinheiro alheio.

A presente proposta reforça o modelo republicano, protege a moralidade administrativa e assegura o correto uso dos recursos públicos.

Diante da relevância constitucional, jurídica e democrática da matéria, solicita-se a aprovação do presente Projeto de Lei.

**Sala das Sessões,
Março de 2026.**





Câmara dos Deputados
Gabinete do Deputado Federal José Medeiros

JOSÉ MEDEIROS
Deputado Federal
PL/MT

Apresentação: 06/05/2026 18:29:54.377 - Mes

PL n.2245/2026



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD267167729300>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. José Medeiros



CD267167729300