



São Paulo, 19 de março de 2024.

GASTOS EM PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM ANO ELEITORAL LEI N. 14.356, de 31 de maio de 2022

Tendo em vista que neste ano de 2024 serão realizadas eleições municipais, nas quais estarão em disputa os cargos e funções de Prefeitos e Vereadores, é importante que as agências de publicidade que atendem contas públicas municipais possam orientar seus clientes quanto ao que se pode despende em publicidade institucional em ano eleitoral (primeiro semestre) e como calcular o valor possível.

1 - Com a sanção presidencial em 31 de maio de 2022, passou a vigorar a Lei n. 14.356, que dispõe sobre alterações tanto na Lei 12.232/2010 (que disciplina as licitações de serviços publicitários) como na Lei Eleitoral n. 9.504/97, relativamente aos gastos com publicidade institucional dos órgãos públicos (em relação aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa na eleição), no primeiro semestre do ano eleitoral.

2 - Nestas orientações, vamos nos ater à alteração havida quanto aos gastos com publicidade dos órgãos públicos no primeiro semestre do ano de eleição.

3 - Como é sabido, a publicidade institucional da Administração Pública ou das respectivas entidades da administração indireta, em ano eleitoral é VEDADA nos três meses que antecedem o pleito.

As exceções a essa vedação estão na disposição da alínea “b” do inciso VI do artigo 73 da Lei 9.504, ou seja: é permitida, mesmo nesse período de vedação (três meses que antecedem o pleito):

- (i) *a propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado ou*
- (ii) *publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais ou das respectivas entidades*



da administração indireta, no caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.

Como se vê, nos casos de grave e urgente necessidade pública, desde que reconhecidos como tal pela Justiça Eleitoral, (como ocorreu e ainda ocorre, em relação à propaganda de enfrentamento ao coronavírus) é permitida a publicidade institucional nesse período de vedação.

4 - A lei 9.504 dispõe em seu artigo 73 *caput* que

“São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidade entre candidatos nos pleitos eleitorais: “(....)

“VI – nos três meses que antecedem o pleito:

(...) realizar publicidade institucional, salvo as exceções ali indicadas nas alíneas “a”, “b”, “c” do inciso VI desse artigo e

“VII – realizar, em ano de eleição, antes do prazo fixado no inciso anterior, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a média de gastos nos primeiros semestres dos três últimos anos que antecedem o pleito.”

5 - Nesse ponto a nova lei 14.356/2022 apresentou uma alteração significativa quanto à forma de cálculo do valor possível de ser despendido no período que antecede ao da vedação à publicidade institucional (nos três meses que antecedem as eleições).

Conforme se vê do artigo 3º da citada nova lei 14.356/22, o artigo 73 da Lei 9.504/97 passou a ter a seguinte redação:

“Artigo 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidade entre candidatos nos pleitos eleitorais:

(....)

VII – empenhar, no primeiro semestre do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito.

(grifamos)

(.....)

Parágrafo 14. Para efeito de cálculo da média prevista no inciso VII do caput deste artigo, os gastos serão reajustados pelo IPCA, aferido pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou outro índice que venha a substituí-lo, a partir da data em que foram empenhados”.

Artigo 4º. Não se sujeita às disposições dos incisos VI e VII do caput do artigo 73 da lei n. 9.504, de 30 de setembro de 1997, a publicidade institucional de atos e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais e de suas respectivas entidades da administração indireta, destinados exclusivamente ao enfrentamento da pandemia causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e à orientação da população quanto a serviços públicos relacionados ao combate da pandemia, resguardada a possibilidade de apuração de eventual conduta abusiva, nos termos da lei n. 9.504/97.”

6 - Como se vê, duas alterações importantes foram introduzidas no inciso VII do artigo 73 supra referido:

- (i) empenhar, no primeiro semestre do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais ou das respectivas entidades da administração indireta que ultrapassem o limite estabelecido por esta lei (...)**



(ii) Para se chegar ao valor máximo do empenho no primeiro semestre do ano eleitoral, somam-se todos os empenhos (não cancelados) realizados nos trinta e seis meses dos três anos que antecedem o ano eleitoral, divide-se por 36 (trinta e seis), encontrando o valor de um mês e multiplica-se por seis (para se chegar aos seis meses do primeiro semestre do ano eleitoral, período em que a publicidade institucional pode ser realizada).

7 – Anteriormente, antes do advento da nova lei 14.356/22, a média era calculada pelos valores LIQUIDADOS relativamente aos serviços prestados nos PRIMEIROS SEMESTRES DOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS que antecediam o ano eleitoral.

Pela nova lei, a média dos gastos possíveis de serem despendidos no primeiro semestre do ano de eleição é a correspondente a 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados para publicidade e não cancelados nos três últimos anos que antecedem o pleito.

Lembramos que essas disposições quanto ao gasto de publicidade em ano eleitoral somente se aplica aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa na eleição.

Neste ano de 2024, teremos eleições na esfera municipal, para as quais as disposições da lei 14.356/22, assim como da Lei 9.504/97 se aplicam.

Não se aplicarão, no ano de 2024, às publicidades institucionais das esferas estaduais e federais.

8 – Para se chegar do cálculo da média dos empenhos realizados nos trinta e seis meses dos últimos três anos que antecedem o ano eleitoral, os gastos serão reajustados pelo IPCA, aferido pelo IBGE ou outro índice que venha a substituí-lo, a partir da data em que foram empenhados.



9 – Por fim, a nova lei 14.356 também permite, excepcionalmente, no período que antecede as eleições (três meses), a realização de publicidade institucional de atos e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais e de suas respectivas entidades da administração indireta, destinados exclusivamente ao enfrentamento da pandemia causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e à orientação da população quanto a serviços públicos relacionados ao combate da pandemia.

E faz uma ressalva: fica resguardada a possibilidade de apuração de eventual conduta abusiva, nos termos da lei 9.504/97.

Após as eleições, a verba publicitária contratada e ainda não despendida poderá ser inteiramente gasta no restante do período contratual.

10 - Finalmente, cumpre destacar que até o montante da verba fixada **para publicidade institucional/utilidade pública para o período de 12 meses, que não tenha sido** despendida no primeiro semestre de ano eleitoral, poderá ser despendida (no que restar) após a conclusão das eleições (primeiro e ou segundo turno, se houver), pois a restrição de seu gasto finalizou com a efetivação das eleições e, portanto, não existe mais o risco da quebra do princípio da isonomia entre candidatos e ou partidos eleitorais.

Levando em consideração que a lei eleitoral pretende impedir a ocorrência de ação que possa intervir no processo político-eleitoral, beneficiando ou podendo beneficiar partido político, coligação ou candidato ou procurando influenciar a consciência eleitoral do cidadão, frustrando a legitimidade do voto como expressão da soberania popular, essas disposições da lei eleitoral – fundamentalmente as expressamente previstas no artigo 73 da Lei 9.504/97 – limitam o período de veiculação de publicidade institucional e o seu valor.

Encerradas as eleições, não há restrição quanto a utilizar a verba remanescente fixada para os serviços de publicidade.

Como se constata pela leitura do disposto no artigo 73 “caput” da Lei 9.504 e seu inciso VII:



“São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidade entre candidatos nos pleitos eleitorais: “(....)”

“VII – realizar, em ano de eleição, ANTES DO PRAZO FIXADO NO INCISO ANTERIOR (três meses que antecedem as eleições), despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a média de gastos nos primeiros semestres dos três últimos anos que antecedem o pleito.” (grifos são nossos)

Portanto, encerradas as eleições, não existem mais motivos legais que impeçam que a publicidade institucional volte a ser realizada e despendida a verba publicitária remanescente.

Assim, a publicidade institucional da administração pública, na esfera municipal, neste ano de 2024, estão limitadas às condições estabelecidas nos termos da lei 14.356.

**Paulo Gomes de Oliveira Filho
OAB/SP. 30.453**