



São Paulo, 06 de junho de 2022.

Comunicado Sinapro-SP Nº 02/2022

Assunto: **LEI N. 14.356, de 31 de maio de 2022**

O SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO-SP, através de seu departamento jurídico, vem esclarecer às agências filiadas/sindicalizadas a aplicação da nova Lei 14.356/22 que altera a Lei n. 12.232/2010 para dispor sobre as contratações de serviços de comunicação institucional e a Lei n. 9.504/97, para dispor sobre gastos com publicidade dos órgãos públicos no primeiro semestre do ano de eleição.

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”.

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 antecederiam 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 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 2022, teremos eleições nas esferas estaduais e federais, para as quais as disposições da lei 14.356/22, assim como da Lei 9.504/97 se aplicam.

Não se aplicam às publicidades institucionais da esfera municipal, o que somente ocorrerão nas próximas eleições municipais.

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.

10 – Destacamos que o Partido dos Trabalhadores – PT ingressou, perante o Supremo Tribunal Federal – STF, com Ação Direta de Inconstitucionalidade, com pedido de medida cautelar, para suspender a eficácia dos artigos 3º e 4º da Lei 14.356, para impedir sua aplicabilidade no corrente ano, por ser ano eleitoral, sob o argumento de violação do princípio da ANUALIDADE, conforme dispõe o artigo 16 da Constituição Federal:

“Art. 16. A lei que alterar o processo eleitoral entrará em vigor na data de sua publicação, não se aplicando à eleição que ocorra até um ano da data de sua vigência.”

Em síntese, o que pretende o PT, nessa ação, é apenas que a mudança havida nas disposições da lei eleitoral sejam aplicadas somente a partir do ano que vem, impedindo, dessa forma, que a mudança no cálculo do valor a ser despendido, ainda neste ano (primeiro semestre), em publicidade institucional, seja aplicado imediatamente.


As dúvidas poderão ser dirimidas pelo escritório Paulo Gomes Advogados Associados, que presta consultoria jurídica a esta entidade, devendo ser direcionadas pelo e-mail: atendimento@sinaprosp.org.br.

Atenciosamente,



Eduardo de Godoy Pereira

Presidente – Sinapro-SP



Paulo Gomes de Oliveira Filho

OAB/SP. 30.453