

São Paulo, 10 de fevereiro de 2026.

**CIRCULAR SINAPRO-SP Nº 03/2026**

Ref.: **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM ANO ELEITORAL**  
**LEI N. 14.356, DE 31 DE MAIO DE 2022.**

Prezados,

Tendo em vista que neste ano de 2026 serão realizadas eleições estaduais e federais nas quais estarão em disputa os cargos e funções de Presidência da República, Senadores, Deputados Federais, Governador e Deputados do Distrito Federal, Governadores e Deputados Estaduais, é importante que as agências de publicidade que atendem contas públicas municipais possam orientar seus clientes quanto ao que se pode despendar em publicidade institucional em ano eleitoral (primeiro semestre) e como calcular o valor possível.

Destaque-se que, no âmbito municipal, não serão realizadas eleições e, portanto, as restrições quanto à publicidade institucional e de utilidade pública, neste ano, não abrangem a esfera municipal. Prefeituras e Câmaras de Vereadores poderão realizar sua publicidade institucional, dentro das suas dotações orçamentárias constantes dos respectivos contratos de publicidade.

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. No caso deste ano, como acima foi dito, nas esferas estaduais e federal. 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”.*

*Art. 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, de 30 de setembro de 1997.”*

Vamos nos ater à alteração havida quanto aos gastos com publicidade dos órgãos públicos no primeiro semestre do ano de eleição.

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

(a) 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 (...)

(b) Para se chegar ao cálculo da média dos empenhos e não cancelados realizados nos 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.

Para se chegar ao valor máximo do empenho no primeiro semestre do ano eleitoral, somam-se todos os empenhos devidamente corrigidos pelo IPCA a contar da data em que foram empenhados (e não cancelados) realizados nos três anos que antecedem o ano eleitoral, divide-se por 36 (trinta e seis meses, correspondente aos três últimos anos), encontrando o valor de um mês e multiplica-se por seis (para se chegar ao valor para empenhar para o primeiro semestre do ano eleitoral, período em que a publicidade institucional pode ser realizada).

Pela atual 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.

Com base na Lei n. 14.356, a fórmula para calcular a média dos valores empenhados corrigidos para gastos com publicidade nos órgãos públicos, durante os três anos que antecedem o ano eleitoral, é dada pela seguinte fórmula:

**Média = Soma dos valores empenhados nos três últimos anos (2023 + 2024 + 2025) corrigidos pelo IPCA.**

**Resultado da soma é dividido por 36 (trinta e seis meses que compõem os três últimos anos 2023, 2024 e 2025), encontrando-se o valor da média mensal.**

**Multiplica-se esse valor de um Mês por 06 (seis), correspondentes aos seis meses que compõem o primeiro semestre de 2026 (ano eleitoral).**

**O valor encontrado será o possível de ser empenhado em publicidade institucional no primeiro semestre de 2026.**

Essa fórmula visa calcular a média dos valores empenhados para publicidade nos anos prévios ao ano eleitoral, considerando os ajustes feitos de acordo com o IPCA (ou outro índice equivalente) a partir da data em que foram empenhados.

Em termos mais específicos:

- Soma-se todos os valores empenhados para publicidade dos três anos anteriores, ajustados pelo IPCA.
- Divide-se essa soma pelo total de 36 meses dos três últimos anos. Ou seja 2025, 2024, 2023 para definir o valor possível de ser empenhado para publicidade institucional para o primeiro semestre de 2026.
- A média resultante é utilizada como referência para estabelecer os limites de gastos no primeiro semestre do ano eleitoral, conforme estabelecido pela Lei n. 14.356.

Neste ano de 2026, teremos eleições nas esferas estadual e federal, para as quais as disposições da lei 14.356/22, assim como da Lei 9.504/97 se aplicam.

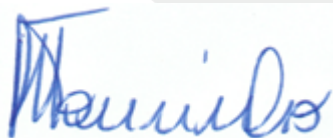
Não se aplicarão, no ano de 2026, às publicidades institucionais da esfera municipal.

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

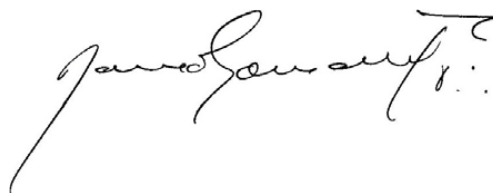
**Assim sendo, não há nenhuma restrição à realização de publicidade institucional, neste ano, pelas Prefeituras e Câmaras Municipais, seja quanto ao período de sua realização (produção e veiculação), seja quanto ao valor dessas despesas, que deverão atender a verba publicitária fixada em contrato administrativo.**

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](mailto:atendimento@sinaprosp.org.br), informando a razão social e CNPJ da agência.

Atenciosamente,



**Roberto Tourinho**  
Presidente – Sinapro-SP



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