

**CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL**VICE-PRESIDÊNCIA  
Gabinete da Vice-Presidência**SUBSTITUTIVO****EMENDA SUBSTITUTIVA N.º /2020 – MESA DIRETORA  
(Do Senhor Deputado DELMASSO – REPUBLICANOS/DF)****Ao PROJETO DE LEI RESOLUÇÃO nº 36,  
de 2019, que dispõe sobre o uso da  
verba de publicidade no âmbito da  
Câmara Legislativa do Distrito Federal e  
dá outras providências.**

Dê-se ao Projeto de Resolução n.º 36/2019, a seguinte redação:

**PROJETO DE RESOLUÇÃO N.º 36/2019****Dispõe sobre ações de comunicação  
e sobre o uso da verba de publicidade  
no âmbito da Câmara Legislativa do  
Distrito Federal e dá outras  
providências.**

A CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL decreta:

**Art. 1º** As ações de comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) serão desenvolvidas e executadas com os seguintes objetivos principais:

- I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e ações da CLDF;
- II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;
- IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.

§ 1º As despesas com publicidade e propaganda da Câmara Legislativa do Distrito Federal não excederão 10% (dez por cento) da respectiva previsão orçamentária anual.

§ 2º Excluir-se-ão do cálculo previsto no *caput*, os gastos realizados com a propaganda legal, tais como a publicação de editais, balancetes e demais documentos com divulgação determinada em lei

**Art. 2º** No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas nesta Resolução, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

- I - afirmação dos valores e princípios da Constituição e da Lei Orgânica do Distrito Federal;
- II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III - preservação da identidade nacional e do Distrito Federal;
- IV - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;
- VI - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

- VII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;
- VII - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal;
- VIII - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;
- XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos; e
- XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

*Parágrafo único.* Ato da Mesa Diretora poderá estabelecer diretrizes adicionais.

**Art. 3º** As ações de comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal compreendem as áreas de:

- I - Comunicação Digital;
- II - Comunicação Pública;
- III - Publicidade, que se classifica em:

a) publicidade de utilidade pública, que destina-se a divulgar temas de interesse social apresentando o comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento para informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e ou coletivos;

b) publicidade institucional, que destina-se a posicionar e fortalecer a imagem da CLDF, bem como prestar contas à sociedade sobre instrumentos legislativos aprovados em prol da sociedade, tendo como objetivo atender o princípio da publicidade e de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas para o DF;

c) publicidade legal, que destina-se a divulgar de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.;

- IV - Relações com a Imprensa;
- V - Relações Públicas.

**Art. 4º** As informações relativas às despesas com publicidade deverão constar, em formato aberto, em página específica do site da CLDF com as seguintes especificações:

- I - detalhamento do tipo de mídia utilizado;
- II - a íntegra dos contratos ou de outras formas jurídicas de acerto relacionadas;
- III - o prazo de duração dos contratos ou de outras formas jurídicas de acerto relacionadas;
- IV - o valor integral e mensal pago e a pagar;
- V - tipo de mídia, valores pagos para cada mídia descrita conforme inciso I;
- VI - a forma de contratação utilizada, se por licitação, inexigibilidade ou dispensa de licitação;
- VII- a forma de verificação da utilidade, retorno, eficácia ou impacto do veículo e do contratado, como tiragem do meio escrito, audiência do meio audiovisual e quantidade de visualizações/pageviews em meio eletrônico;
- VIII - o benefício direto, resultado objetivo ou retorno claro que a Administração Pública pretende obter com a ação;
- IX - os mecanismos, formas e metodologias de avaliação do sucesso das campanhas a serem utilizadas pela contratante.

**Art. 5º** O Plano de Publicidade da CLDF será apresentado anualmente à população ante do início da sua exposição, por meio de audiência pública.

**Art. 6º** As contratações de serviços de publicidade da CLDF deverão respeitar a lei federal n 12.232/2010 bem como as modalidades definidas no art. 22 da Lei 8.666/93.

*Parágrafo único.* Aplica-se, no que couber, no processo de contratação de serviços de publicidade da CLDF a Instrução Normativa 3, de 20 de abril de 2018, da Secretaria-Geral da Presidência.

**Art. 7º** Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

**Art. 8º** Revogam-se as disposições em contrário.

## JUSTIFICAÇÃO

O Substitutivo apresentado ressalta que o investimento em publicidade, faz parte do cumprimento de preceito Constitucional, atendendo ao que prevê o art. 37 da Constituição Federal que estabelece os princípios que a Administração Pública deverá adotar, conforme transcreve-se abaixo:

"Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:

(...)"

O investimento em publicidade aquece o mercado do setor de agências de publicidade e de diversas mídias, tendo como objetivo principal a manutenção de emprego e renda.

Segundo Rasquilha (2009: 20), a publicidade é "a técnica de comunicação de massas, destinada a um público específico e que é especialmente paga e utilizada com o objetivo de dar a conhecer e valorizar uma Marca (produto, serviço ou instituição), contribuindo para a sua experimentação, consumo, adesão, fidelização, utilização ou apoio. Uma imagem coordenada com a identidade da organização tem importância para projetar uma unidade organizacional e levar ao público quais são seus valores."

A publicidade institucional, por exemplo, permite a disseminação de idéias e tem servido para criar no público um estado de confiança nas instituições, refletindo em um suporte futuro e apoio da população a instituições. A publicidade/transparência no funcionamento dos poderes públicos é um dos pressupostos imprescindíveis para a caracterização de um Estado democrático de direito.

"A publicidade é a melhor garantia da moralidade de uma conduta, viabilizando, assim, o exercício popular do controle do poder. Além disso, a publicidade dos atos oficiais é pressuposto para o exercício de diversos direitos fundamentais, tais como, a gratuidade de determinados serviços públicos, a necessidade de realização de matrícula escolar, a implementação de campanhas vinculadas à proteção da saúde ou de cidadania, entre outras. Neste aspecto, a chamada publicidade institucional oficial para divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas, se consubstancia, a rigor, em um dever do administrador", aponta Álvaro Rodrigues Junior.

Sala das Sessões, em

**DEPUTADO DELMASSO**

*Vice-Presidente*



Documento assinado eletronicamente por **RODRIGO GERMANO DELMASSO MARTINS - Matr. 00134, Vice-Presidente da Câmara Legislativa do Distrito Federal**, em 26/04/2020, às 16:27, conforme Art. 22, do Ato do Vice-Presidente nº 08, de 2019, publicado no Diário da Câmara Legislativa do Distrito Federal nº 214, de 14 de outubro de 2019.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site:

[http://sei.cl.df.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.cl.df.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

Código Verificador: **0104242** Código CRC: **A91FC8B0**.

