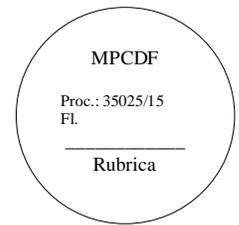




**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
PROCURADORIA-GERAL**



**PROCESSO: 21.184/2018**

**PARECER Nº 0395/2019-CF**

**EMENTA: PUBLICIDADE EM ANO ELEITORAL. Representação MPC. Instauração de procedimento de fiscalização para apurar limite legal de despesas com publicidade e propaganda, em ano eleitoral, exercício de 2018. Controle de limite legal de despesas com propaganda e publicidade, mês a mês, a partir do próximo pleito eleitoral, antes de findar o prazo fatal, visando à expedição de alerta ao jurisdicionado, quando necessário. Exame de admissibilidade da Representação. Pelo não conhecimento. Pedido de vista. Conhecimento da Representação. Pelo arquivamento dos autos. Parecer divergente.**

O Processo em epígrafe foi instaurado em face da Representação nº 20/2018-CF/MPC (e-DOC 97102079-e), que versa sobre a necessidade de verificação do cumprimento do limite de despesas com publicidade e propaganda no Distrito Federal no ano eleitoral de 2018, tendo em conta a vedação estabelecida no inciso VII do art. 73 da Lei eleitoral nº 9.504/97.

2. Nesse contexto, foram apresentados dados sobre despesas com publicidade e propaganda realizadas no DF, nos Orçamentos Fiscal e da Seguridade Social e de Investimento, nos anos de 2011 a junho de 2018 (consulta em 29.06.18), obtidos no Portal da Transparência do GDF, na Internet.

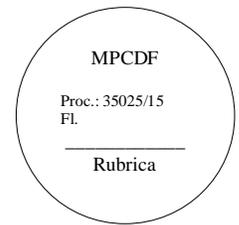
3. Outrossim, foram também apresentados dados de 2015 e 2016 sobre essas mesmas despesas, sendo certo que, dessa feita, foram obtidos nos correspondentes Relatórios Analíticos sobre as Contas do Governo do DF de cada ano; e de 2011 a junho de 2014, obtidos no âmbito do Processo – TCDF nº 25327/14, que cuidou da apuração do limite dessas mesmas despesas no ano eleitoral de 2014.

4. Cotejando esses dados multireferidos, obtidos em fontes diversas, embora oficiais, foram observadas, conforme demonstrado na Representação, importantes discrepâncias entre as informações disponibilizadas no Portal da Transparência e as apuradas no Processo – TCDF nº 25327/14 para as despesas liquidadas com publicidade e propaganda nos anos de 2011, 2012 e 2013. Isso provavelmente ocorreu em razão da diferença no critério de apuração entre as duas fontes.

5. O MPC pontuou, ainda, que, considerando o disposto no § 2º do art. 93 da Lei federal nº 13.303/16, preconiza-se novo limite para as despesas com propaganda e publicidade a serem realizadas pelas estatais em anos eleitorais, no ente federativo a que se vinculem, ou seja, a média dos gastos dos últimos três anos que antecedem o pleito, ou no último ano anterior à votação, conforme o caso.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
PROCURADORIA-GERAL**



6. Por fim, o MPC/DF apontou como relevante a instauração de procedimento de fiscalização, visando apurar o limite legal de despesas com publicidade e propaganda, no Distrito Federal, no ano eleitoral de 2018.

7. Em outro giro, o *Parquet* também considerou importante que, para os próximos pleitos, o controle do limite legal de despesas com publicidade e propaganda seja feito mês a mês, antes de findar o prazo fatal, visando à expedição de alerta ao jurisdicionado, quando o caso requerer.

8. Por intermédio da Informação nº 19/2018-SEMAG, que analisou a admissibilidade da Representação em tela, a Unidade Técnica apresentou as seguintes sugestões:

- I. não conhecer da Representação nº 20/2018 – CF (e-DOC 97102079-e), da lavra da Exma. Sra. Procuradora-Geral Cláudia Fernanda de Oliveira Pereira, do Ministério Público de Contas que atua junto ao TCDF – MPC/DF, por não preencher o requisito de admissibilidade previsto no inciso III do § 2º do art. 230 do RI/TCDF;
- II. autorizar a juntada de cópia da presente Representação no Processo nº 21214/18, a cargo desta Semag, que cuidará do acompanhamento da execução orçamentária, financeira e patrimonial do DF ocorrida no 1º semestre de 2018, abarcando também a questão erguida pela nobre Representante;
- III. autorizar o(a):
  - a) ciência da decisão que vier a ser prolatada à Representante;
  - b) o arquivamento dos presentes autos.

9. O Conselheiro Relator seguiu o entendimento do CT e o MPC pediu vistas dos autos, adiando-se o julgamento da matéria, consoante a **Decisão nº 3557/2018**.

10. O MPC manifestou-se, então, no **Parecer 0761/2018-CF**, apresentando, em apertada síntese, questionamentos que, preliminarmente e por si sós, estão aptos a demonstrar a imprescindibilidade da atuação tempestiva do Controle Externo, considerando a contemporaneidade dos fatos na época, uma vez observar-se aparente divergência metodológica na apuração dos valores referentes à Ação “8505” – Publicidade e Propaganda, no que tange aos valores constantes nas contas do Governo; no Relatório e Parecer prévio exarado pela Corte; e nos diversos lançamentos no Portal da Transparência do DF:

- Por que ocorrem essas divergências e qual critério metodológico deve prevalecer?



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
PROCURADORIA-GERAL**



- Quais são as despesas com publicidade e propaganda que devem compor a base de cálculo para a apuração desses limites?
- É razoável diferenciar as despesas com publicidade legal, institucional, de utilidade pública ou outras?

11. O MPC aduziu, ainda, que a Lei das Estatais (Lei 13.303/12) impôs critério diverso daquele disposto na legislação eleitoral, ou seja, enquanto essa última se refere somente à publicidade dos primeiros semestres do ano do sufrágio; a primeira dispõe que deve ser considerada a média das despesas de publicidade e de patrocínio dos 03 (três) últimos anos ou o gasto do último ano, o que for menor. Observa que a legislação eleitoral também se refere à Administração Indireta.

12. O MPC fez também referência à Decisão 2000/2018, exarada nos autos do Processo 12.657/2018-TCDF, ressaltando que, embora tenha determinado que se encaminhasse alerta às jurisdicionadas, contendo as principais restrições previstas para o ano eleitoral, não fez referência à Lei das Estatais.

13. O *Parquet* citou a Instrução Normativa 01/18 da União, de 11.04.2018, que “Disciplina a publicidade em ano eleitoral dos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal e dá outras orientações; sendo certo que responde a algumas questões lançadas acima.

14. Apontou que os dados extraídos do Portal da Transparência do DF contemplam o montante liquidado, independentemente de se considerar a data do empenho ou do pagamento, a teor do recente julgado do TSE (AGI 275-34.2016.21.0150, DJE de 17.08.2017, rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto).

15. Asseverou que, na esfera federal, tanto os gastos com publicidade institucional, como de utilidade pública estão incluídos no limite de despesa com publicidade e propaganda, de acordo com o art. 6º da IN 01/2018, acima referida.

16. Na sequência, ressaltou que o MP Eleitoral enviou ao MPC/DF indagações semelhantes, remetendo, inclusive, em atitude de cooperação, a resposta enviada pelo GDF, segundo a qual o limite para gasto neste semestre é de R\$ R\$ 28.262.726,65 (vinte e oito milhões, duzentos e sessenta e dois mil, setecentos e vinte e seis reais e sessenta e cinco centavos), valores que não coincidem com os lançados no Portal da Transparência.

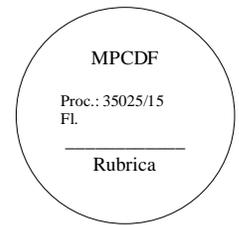
17. O MPC colacionou a legislação que trata do tema:

- IN-PR nº 01/2018<sup>1</sup>

<sup>1</sup> II - **publicidade institucional**: a que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior; III - **publicidade de utilidade pública**: a que se destina a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos; IV - **publicidade mercadológica**: a que se destina a alavancar



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
PROCURADORIA-GERAL**



- Lei 9504/97 – Legislação Eleitoral<sup>2</sup>, devendo ser sublinhado que, quando se refere à publicidade institucional, é no contexto da disputa eleitoral sem si em igualdade de condições; mas, quando o

---

vendas ou promover produtos e serviços no mercado; V - **publicidade legal**: a que se destina à divulgação 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; VI - **peças e materiais de publicidade**: os elementos isolados de uma ação publicitária ou integrantes de uma campanha; VII - **patrocínio**: a ação de comunicação que busca agregar valor à marca, consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com públicos de interesse, ampliar venda de produtos e serviços, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros; VIII - **promoção**: a ação de comunicação que emprega, predominantemente, técnicas de incentivo e de envolvimento de públicos de interesse dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de estabelecer e estreitar relacionamentos, fidelizar segmentos de clientes, estimular conhecimento, experimentação, interação, engajamento, incremento de vendas ou propiciar a vivência de situações positivas com marcas, conceitos ou políticas públicas; (...) X – **propriedades digitais**: os portais e sítios dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal na internet, seus perfis em redes sociais, bem como aplicativos móveis e dispositivos digitais disponibilizados a seus públicos de relacionamento; XI - **placas de obras ou de projetos de obras**: os painéis, outdoors, adesivos, tapumes e quaisquer outras formas de sinalização que cumpram função de identificar ou divulgar obras e projetos de obras de que participe a União, direta ou indiretamente.

Tratamento indistinto para o termo **publicidade**:

“Art. 6º Os limites estabelecidos para o primeiro semestre do ano de eleição, a serem observados pelos integrantes do SICOM, levarão em consideração a média de despesas com publicidade nos primeiros semestres dos três últimos anos que antecedem o pleito.

Parágrafo único. No caso das empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias, além do previsto no caput, os limites com publicidade e patrocínio estabelecidos para o ano de eleição levarão em consideração ainda a média das respectivas despesas, nos três anos que antecedem o pleito ou no último ano imediatamente anterior à eleição.

Art. 7º No cômputo das despesas serão consideradas apenas as ações de publicidade e, se for o caso, de patrocínio, que foram efetivamente executadas e liquidadas, nos termos do que define o art. 63 da Lei nº 4.320, de 17 de março de 1964.

Parágrafo único. Considera-se liquidação da despesa a verificação do direito adquirido tendo por base os títulos e documentos comprobatórios do respectivo crédito, ou seja, o reconhecimento oficial de que o serviço foi prestado, independente da data do respectivo empenho ou pagamento.

Art. 8º A SECOM observará um limite global de despesas com a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, que abrangerá a atuação de todos os órgãos e entidades integrantes do SICOM. Parágrafo único. No caso das empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias, o limite global anual abrangerá as despesas com publicidade e patrocínio, enquanto o semestral abrangerá despesas com publicidade.”

<sup>2</sup> “Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:

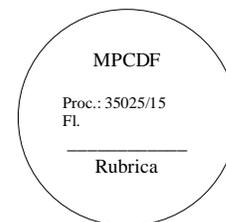
[...] VI - nos três meses que antecedem o pleito:

“b) com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;

VII - realizar, 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 média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito;(Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015) ”.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
PROCURADORIA-GERAL**



tema é despesas, usa somente o vocábulo **publicidade**, portanto, mais amplo, pelo que temos, espécie e gênero, respectivamente.

- Lei Distrital 3.184/03, que define despesas com publicidade e propaganda<sup>3</sup>
- Lei 5950/17 –Lei de Diretrizes Orçamentárias<sup>4</sup>
- Decreto 36451/15<sup>5</sup>
- Instrução Normativa nº 02/2018<sup>6</sup>

**18. Dessa forma, pela análise sistemática dos preceitos legais e em face dos dados obtidos nas diversas fontes oficiais, restou cristalino que é preciso definir o limite das despesas com publicidade em ano eleitoral, considerando que, como valor global a ser utilizado no ano de eleição, deve-se considerar as despesas liquidadas no**

<sup>3</sup> “§ 2º Consideram-se despesas com publicidade e propaganda as aplicações de recursos públicos destinadas a:

I – edição de publicação em geral, nelas incluída livros, monografias, coletâneas de leis, atos da administração, anúncios, avisos, boletins, circulares, editais, folhetos, cartazes e assemelhados;

II – aquisição de material de consumo para elaboração de peça publicitária, de propaganda e promoções;

III – contratação de serviços de terceiros para elaborar ou veicular peça publicitária, de propaganda e promoções;

IV – aquisição de materiais para distribuição gratuita, entendidos como veículos especiais de propaganda, neles incluídos agendas, adesivos, stands, fitas gravadas, faixas, calendários e assemelhados;

V – veiculação de propaganda de utilidade pública, nelas incluídas campanhas de vacinação, preservação do meio ambiente, higiene, saneamento básico, saúde, ensino, segurança, trânsito e assemelhados.”

<sup>4</sup> Estabelece que as despesas com publicidade e propaganda, além de estarem classificadas em ação específica, devem ser registradas em subtítulos com esta finalidade, segregando-se as dotações destinadas a despesas com publicidade institucional daquelas destinadas a publicidade de utilidade pública.

<sup>5</sup> Regula o desenvolvimento e execução das ações de publicidade dos órgãos e entidades da administração direta e indireta do Poder Executivo do Distrito Federal, assim como as ações de patrocínio da Administração indireta.

<sup>6</sup> Disciplina a publicidade dos órgãos e entidades integrantes da Administração Pública Direta e Indireta do Distrito Federal nos três meses que antecedem a eleição. Emite, ainda, entendimento sobre quais despesas com publicidade estão sujeitas ao controle da legislação eleitoral, litteris:

“Art. 3º Para os fins desta Instrução Normativa, a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral compreende as espécies abaixo descritas:

I - a publicidade institucional;

II - a publicidade de utilidade pública; e

III - a publicidade mercadológica de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado.

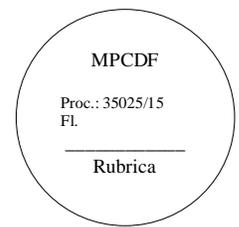
Art. 4º Não se incluem no âmbito da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral as ações publicitárias referentes à:

I - publicidade legal;

II - publicidade de utilidade pública de grave e urgente necessidade pública reconhecida pela Justiça Eleitoral; e

III - publicidade mercadológica de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado.

Parágrafo único. A publicidade legal é aquela que se destina à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta do Distrito Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.”



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
PROCURADORIA-GERAL**

**primeiro semestre dos três últimos exercícios, sem contabilizar os RAPNP (Restos a pagar não processados) liquidados, em respeito à essência da legislação. Nesse mesmo diapasão, caberia a suspensão imediata da conduta vedada, quando for o caso; multa no valor de cinco a cem mil UFIR aos agentes responsáveis, conforme dispõe o § 4º do art. 73 da Lei n.º 9.504/97:**

“§ 4º O descumprimento do disposto neste artigo acarretará a suspensão imediata da conduta vedada, quando for o caso, e sujeitará os responsáveis a multa no valor de cinco a cem mil UFIR.”

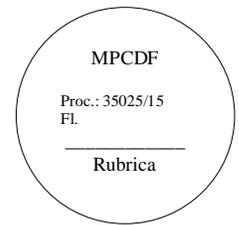
19. Após pedido e concessão de vista dos autos pelo Conselheiro Revisor (**Decisão 4315/2018**), sobreveio a **Decisão 4620/2018**, na qual o Tribunal conheceu a Representação e o Parecer supracitados do MPC:

“O Tribunal, por maioria, de acordo com o voto do Relator, decidiu: I – conhecer: a) da Representação nº 20/2018 – CF (e-DOC 97102079-e), da lavra da Sra. Procuradora-Geral Cláudia Fernanda de Oliveira Pereira, do Ministério Público junto à Corte do Distrito Federal, por preencher o requisito de admissibilidade previsto no § 2º do art. 230 do RI/TCDF; b) do Parecer nº 761/2018-CF; II – conceder à Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal - SECOM a oportunidade de, no prazo de 15 (quinze) dias, apresentar ao Tribunal os esclarecimentos que entender pertinentes em relação aos questionamentos consignados na representação e no Parecer nº 761/2018CF, juntando a documentação comprobatória; III – autorizar, caso necessária, a realização de inspeção, com fundamento no que dispõe o art. 233, II, do RI/TCDF, na SECOM e onde mais se fizer essencial, com vistas à apuração dos fatos narrados na representação em foco; IV – autorizar: a) ciência do relatório/voto do Relator e desta decisão à representante; b) o encaminhamento à SECOM de cópia da representação, do Parecer nº 761/2018-CF e demais documentos julgados essenciais do processo, para subsidiar o cumprimento do item II; c) a devolução dos autos à Secretaria de Macroavaliação da Gestão Pública para instrução. Vencido o Revisor, Conselheiro MANOEL DE ANDRADE, que manteve o seu voto.”

20. O Corpo Técnico, na Informação 04/2019-DICOG, depois de evidenciar breve cronologia dos autos e atestar a complexidade do tema, afirmou que “a fonte oficial das informações relativas à execução orçamentário-financeira do GDF é a contabilidade distrital, que, no âmbito do Distrito Federal, é processada por intermédio do Sistema Integrado de Gestão Governamental – Siggo. Portanto, a fonte oficial de informações relativas à liquidação das despesas distritais são as Notas de Lançamento – NL registradas no Siggo.”



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
PROCURADORIA-GERAL**



21. Em seguida, esclareceu os critérios utilizados para a formatação das planilhas que apresentou com os valores relativos aos gastos com publicidade e propaganda dos últimos quatro exercícios, ressaltando que os dados foram extraídos do SIGGO:

“as despesas liquidadas segundo NLS<sup>7</sup> registradas na contabilidade, isto é, aquelas líquidas e certas, não pendentes de implemento de condição;

b. para a Administração Direta, suas fundações e autarquias, e empresa públicas dependentes dos OFSS, gastos com publicidade e propaganda no primeiro semestre do ano de eleição, comparados com a média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito;

c. para as empresas públicas não dependentes dos OFSS e sociedades de economia mista, despesas com publicidade e patrocínio no primeiro semestre do ano de eleição, comparados com a média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito, em conformidade com a Lei nº 9.504/97, e gasto anual em ano de eleição para cargos do ente federativo a que sejam vinculadas comparados com a média dos três últimos anos que antecedem o pleito ou no último ano imediatamente anterior à eleição, em respeito à Lei nº 13.303/16;

d. não incluídas as despesas com publicidade legal; e

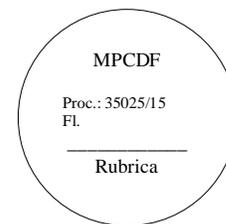
e. desconsideradas as Despesas de Exercícios Anteriores.”

22. Quanto às indagações registradas no Ofício nº 177/2018/JJG/PRE/DF (e-Doc 786C7EA2-c)-Procuradoria Regional Eleitoral do Distrito Federal, relativamente às divergências de valores entre os dados informados pelo TCDF pelo Ofício nº 203/2018-P/SEMAG e os constantes do Ofício SEI-GDF nº 283/2018-SECOM/GAB, a Unidade Técnica informou que *“não há como firmarmos convicção sobre as razões de tais divergências, visto que não temos conhecimento detalhado dos critérios adotados para a confecção dos demonstrativos apresentados pela Secom/DF, embora a utilização da data de atesto nas faturas/notas fiscais, noticiada pela Secom/DF no referido documento, possa ter concorrido para a diferença. Todos os demais questionamentos oriundos da Procuradoria Regional Eleitoral constam devidamente tratados no corpo desta Informação, motivo pelo qual entende-se conveniente a remessa de cópia àquela Procuradoria”*.

23. E acrescentou: *“Cabe, ainda, informar que os dados constantes das tabelas encaminhadas pelo Ofício nº 203/2018 – P/Semag destoam dos informados no anexo desta Informação, vez que aqueles incluíam as despesas com publicidade legal, bem como Despesas de Exercícios Anteriores – DEA, que não foram considerados desta feita. As informações quanto à publicidade legal são apresentadas em tabela própria.”*

---

<sup>7</sup> NLS: Notas de Lançamento



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
PROCURADORIA-GERAL**

24. Ao final, o CT sugeriu:

“ I - tomar conhecimento:

a) da presente Informação e de seu anexo;

b) dos Ofícios nº 680/2018-MPC/PG e-Doc 0DAAD80D-e) e 991/2018-MPC/PG (e-Doc 9970C7C0-e) e correspondentes anexos, oriundos do Ministério Público junto ao Tribunal de Contas do Distrito Federal – MPjTCDF;

c) do Ofício-requisição nº 122/2018/JJGP/PRE/DF (e-Doc 52E700A2-c) e dos Ofícios nº 177/2018/JJG/PRE/DF (e-Doc 786C7EA2-c) e 247/2018/JJG/PRE/DF (e-Doc 7C5174B8-c), provenientes da Procuradoria Regional Eleitoral do Distrito Federal;

d) dos Ofícios nº 203/2018-P/SEMAG, 219/2018-P/SEMAG e nº 274/2018 – P/SEMAG (e-Docs 8B765E6E-c e 3A721C91c), do Tribunal de Contas do Distrito Federal;

e) da petição subscrita pelo Secretário de Comunicação do Distrito Federal e pela Procuradora-Geral do Distrito Federal (e-Doc 4E4B815A-c);

II - autorizar a remessa de cópia da presente Informação e da Decisão que vier a ser proferida ao Ministério Público junto ao TCDF, à Procuradoria Regional Eleitoral do Distrito Federal, bem como à Procuradora-Geral do Distrito Federal e ao Secretário de Comunicação do Distrito Federal;

III - autorizar o arquivamento dos autos.”

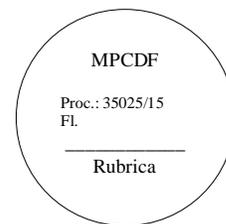
25. Os autos vieram ao MPC que, preliminarmente, atesta posicionamento concorde parcialmente com os critérios utilizados para a formatação das planilhas anexas, conforme discriminados no parágrafo 21. A exceção é o item “d”. Explica-se: como já demonstrado nesta Manifestação, parágrafos 15 e 17, o legislador, que, em nome da escoreita técnica legislativa, não usa palavras nem expressões vãs nem desconectadas da essência do que se pretende preservar, no artigo 73, da Lei 9504/97 (Legislação Eleitoral), deixa claro que publicidade e/ou publicidade oficial é o gênero, de que as demais são espécie, quais sejam publicidade institucional, publicidade de utilidade pública, mercadológica, legal, de patrocínio, de promoção etc, o que é ratificado e corroborado pela IN 01/18-União, de 11/04/18.

26. Por essa razão, outro não poderia ser o entendimento do MPC se não o de que todo e qualquer gasto com publicidade e propaganda, tratando-se, portanto, de publicidade oficial, deve ser considerado para o cálculo do limite legal dessa despesa, no âmbito de suas espécies, em ano eleitoral.

27. O MPC julga importante ressaltar a importância da edição da Instrução Normativa Nº 3, de 14/09/18- Processo 37260/16-TCDF. Contudo, entende que seu alcance não é suficiente para dirimir as questões levantadas no Parecer 0761/18-CF e repontuadas no presente, no



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
PROCURADORIA-GERAL**



parágrafo 10. Isso porque a IN em comento cuida do acompanhamento da execução das despesas com publicidade e propaganda, no âmbito do controle externo, pelo que determina a disponibilização das informações respectivas e pertinentes no portal da transparência do DF, até o 15º (décimo quinto) dia do início de cada trimestre.

28. Ocorre que o que se pretende aqui é o disciplinamento por parte dessa Corte de Contas, no sentido de que, como previsto em lei e em ato normativo, conforme acima explicitado, toda e qualquer despesa com publicidade e propaganda, ou seja, a publicidade oficial, deve ser considerada para o cálculo do limite de gastos pelo Governo Distrital em ano eleitoral e mais: a informação deve ser disponibilizada mês a mês. Essa providência certamente redundará na devida e transparência e possibilidade de correção, consoante o disposto no § 4º, artigo 73, da Lei 9504/97. É nesse sentido que pugna o MPC.

29. Outrossim, que seja também expedido alerta, em complemento à IN 03/18-TCDF, visando a que as informações disponibilizadas no Portal da Transparência do DF, acerca dos recursos públicos dispendidos com publicidade e propaganda, considere como fonte oficial o Sistema Integrado de Gestão Governamental – SIGGO, para que se evite inconsistência quanto ao efetivamente informado à sociedade.

30. Por fim, o MPC registra sua concordância com o item II da sugestão apresentada pelo CT.

É o parecer.

Brasília, 06 de junho de 2019.

**CLÁUDIA FERNANDA DE OLIVEIRA PEREIRA**  
**Procuradora-Geral**