



CARLOS PINTO COELHO MOTTA

## DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL E CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

LEGISLAÇÃO COMENTADA

Lei Complementar nº 131/2009

Decreto nº 7.185/2010

Lei nº 12.232/2010

*Área específica:*

Direito Administrativo – Transparência institucional - Licitações e contratos de serviços de publicidade

*Áreas afins:*

Gestão fiscal – Execução orçamentária e financeira – Direitos dos licitantes – Gestão contratual

*Público-alvo da obra:*

Membros de comissões de licitação de órgãos e entidades públicos - Ordenadores de despesa - Profissionais do setor de publicidade interessados em contratar com a Administração Pública - Agentes dos controles internos e externos - Procuradores, assessores jurídicos, dirigentes e agentes públicos - Aplicadores do Direito Administrativo, de modo geral.

228 páginas

ISBN 978-85-7700-353-2

Formato: 14,5x21,5 cm

<http://www.editoraforum.com.br/loja>

A relação visceral entre democracia e publicidade é o substrato unificador entre os dois principais temas deste novo livro do Prof. Carlos Pinto Coelho Motta.

O primeiro tema é a *transparência institucional*, que implica na divulgação eficaz — bem como, clara e acessível a todos os cidadãos — dos atos da Administração Pública. Para ressaltar esse princípio, o autor elege como âncora temática o recente bloco de alterações à Lei de Responsabilidade Fiscal, que veio enfatizar e atualizar o modelo brasileiro de *administrative accountability*, logo regulamentado pelo Decreto nº 7.185, de 2010.

O segundo tema é a *contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública*. O Prof. Carlos Motta utiliza sua vivência e reconhecida expertise na área de licitações e contratos públicos para promover a análise jurídica da recente Lei nº 12.232, de 2010. Como em trabalhos anteriores, o autor elege o método de comentários por artigo, direcionando-se a um vasto universo de interessados.

*Membros de comissões de licitação, ordenadores de despesa, profissionais do setor de publicidade interessados em contratar com a Administração Pública, agentes dos controles internos e externos, procuradores, assessores jurídicos, dirigentes e agentes públicos — aplicadores do Direito Administrativo, de modo geral* — encontrarão neste livro subsídios para solucionar pontos polêmicos e operacionalizar o princípio da publicidade na Administração Pública, com base em uma interpretação produtiva das prescrições legais.

## **Carlos Pinto Coelho Motta**

Possui graduação em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (1967) e graduação em Administração de Empresas pela Universidade FUMEC (1973). Professor de Direito Administrativo. Autor de vários livros, sendo o mais conhecido *Eficácia nas licitações e contratos* (na 11ª edição).

### SUMÁRIO DO LIVRO:

#### CAPÍTULO 1

#### INTRODUÇÃO AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE ADMINISTRATIVA

#### CAPÍTULO 2

#### TRANSPARÊNCIA E DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

#### CAPÍTULO 3

#### CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

#### BIBLIOGRAFIA

#### OBRAS DO AUTOR

#### ÍNDICE REMISSIVO