



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador **DÁRIO BERGER**

PARECER Nº , DE 2016

Da COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E CIDADANIA, em decisão terminativa, sobre o Projeto de Lei do Senado nº 234, de 2015, do Senador Ronaldo Caiado, que *acrescenta o artigo 4º-A na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.*

Relator: Senador **DÁRIO BERGER**

I – RELATÓRIO

Chega para o exame desta Comissão, em decisão terminativa, o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 234, de 2015, de autoria do Senador Ronaldo Caiado, que *acrescenta o artigo 4º-A na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.* Esse diploma legal, por seu turno, *dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.* A finalidade da proposta é de aumentar a transparência sobre os custos da publicidade institucional do Poder Público.

A proposição é composta de dois artigos. O art. 1º determina o acréscimo do art. 4º-A na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, estabelecendo que a propaganda institucional da administração pública direta e indireta de quaisquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, apresente informações sobre o seu custo e sobre o número de veiculações ou inserções, independentemente do meio de comunicação em que for divulgada.



SF/16291.24678-85

O § 1º do art. 4º-A esclarece que a informação do custo da propaganda institucional deverá ser disponibilizada, sempre que possível, nas formas escrita e oral. O § 2º determina que o custo seja informado de forma a discriminar cada modalidade de veiculação, englobando o montante total dos recursos empregados na campanha publicitária. O § 3º, por fim, determina que o descumprimento da obrigação de informar o custo da propaganda configura ato de improbidade administrativa, punida nos termos da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992.

O art. 2º do PLC estabelece a cláusula de vigência da Lei que dele decorrer, a partir da data de sua publicação.

De acordo com a justificação do projeto, os brasileiros terão à sua disposição, e sem maiores embaraços, informações referentes aos gastos do Poder Público com publicidade institucional em todos os níveis e esferas da administração pública. O autor acrescenta, ainda, que a proposição homenageia, a um só tempo, a tão necessária transparência republicana, como também a vontade objetiva do legislador constituinte de evitar gastos exagerados com a chamada propaganda institucional.

O PLC nº 234, de 2015, recebeu, na Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT), parecer pela aprovação, com duas emendas de redação.

II – ANÁLISE

Esta Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), nos termos do inciso I do art. 101 do Regimento Interno do Senado Federal, tem competência para emitir parecer sobre a constitucionalidade, juridicidade e regimentalidade das proposições que lhe forem encaminhadas. O inciso II do mesmo artigo autoriza o Colegiado a manifestar-se quanto ao mérito das matérias de competência da União, ressalvadas as atribuições das demais Comissões.

O diploma legal que se pretende alterar – a Lei nº 12.232, de 2010 –, tem amparo constitucional no art. 22, inciso XXVII, da Lei Maior, que confere à União competência privativa para legislar sobre normas gerais de licitação e contratação, em todas as modalidades, para as administrações públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, Estados, Distrito Federal e Municípios. As disposições do projeto dizem respeito ao acesso às informações sobre os atos de governo, da

administração pública direta e indireta, franqueado aos cidadãos nos termos do art. 37, § 3º, II, da Constituição Federal. Trata-se do mesmo dispositivo constitucional que fundamenta a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011).

Não se identificam, assim, quaisquer óbices ao PLS nº 234, de 2015, no plano da constitucionalidade. De forma semelhante, a análise da proposição evidencia sua juridicidade e regimentalidade.

As medidas enunciadas no projeto são claramente meritórias, visto que aumentam a transparência dos dados relativos às despesas públicas com propaganda e publicidade. O art. 16 da Lei nº 12.232, de 2010, já determina a publicação, na Internet, de informações sobre a execução dos contratos de publicidade, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação, especificando os valores pagos para cada tipo de serviço e meio de divulgação. O projeto facilita muito o acesso dos cidadãos à informação sobre os custos, ao determinar que os dados sejam divulgados na própria ação publicitária.

Amplia-se, com isso, o controle social sobre a aplicação de recursos públicos em publicidade institucional. Ademais, a divulgação em cada peça de publicidade dos custos incorridos deve estimular as autoridades a adotar conduta parcimoniosa na contratação dessas despesas, favorecendo o rigor no trato do dinheiro público.

As emendas aprovadas pela CCT aperfeiçoam o projeto. A primeira delas modifica sua ementa, esclarecendo o objetivo da proposição. A segunda emenda adéqua a técnica legislativa do PLS às diretrizes da Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998.

A emenda que apresentamos também tem, unicamente, propósito de aprimoramento da técnica legislativa do projeto, para substituir, na redação pretendida para o § 2º do art. 4º-B da Lei nº 12.232, de 2010, a referência ao seu “artigo 2º” pela abreviação usualmente adotada: “art. 2º”.

III – VOTO

Diante do exposto, votamos pela constitucionalidade, juridicidade e regimentalidade do PLS nº 234, de 2015, e, no mérito, pela

sua aprovação, juntamente com as Emendas nºs 1 e 2 – CCT, e a Emenda a seguir:

EMENDA Nº – CCJ

Altere-se, na redação conferida pelo art. 1º do PLS nº 234, de 2015, ao § 2º do art. 4º-A da Lei nº 12.232, de 2010, a expressão “artigo 2º” por “art. 2º”.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator



SF/16291.24678-85