



**SENADO FEDERAL**  
Gabinete do Senador **RICARDO FERRAÇO**

**PARECER N° , DE 2017**

SF/17175.44247-23

Da COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E CIDADANIA, em decisão terminativa, sobre o Projeto de Lei do Senado nº 178, de 2013, do Senador Inácio Arruda, que *acrescenta § 5º ao artigo 2º da Lei nº 12.232, de 19 de abril de 2010, para estabelecer critérios na aplicação dos recursos destinados aos serviços de publicidade pela administração pública considerando a distribuição regional e o tamanho dos veículos de comunicação.*

Relator: Senador **RICARDO FERRAÇO**

## **I – RELATÓRIO**

Vem ao exame desta Comissão o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 178, de 2013, de autoria do Senador Inácio Arruda, que *acrescenta § 5º ao artigo 2º da Lei nº 12.232, de 19 de abril de 2010, para estabelecer critérios na aplicação dos recursos destinados aos serviços de publicidade pela administração pública considerando a distribuição regional e o tamanho dos veículos de comunicação.*

Como indicado em sua ementa, o PLS acrescenta dispositivo à lei que regula as licitações e contratações de empresas de publicidade pela Administração Pública, com o objetivo de promover a regionalização dos serviços de produção e veiculação de publicidade. Para tanto, em seu art. 1º, promove, na Lei nº 12.232, de 2010, as modificações a seguir descritas.



**SENADO FEDERAL**  
Gabinete do Senador **RICARDO FERRAÇO**

SF/17175.44247-23

O parágrafo acrescentado pela proposição ao art. 5º da Lei alude à “estratégia de comunicação”, que é formulada, nos termos do art. 7º, II, do mesmo diploma normativo, pela agência de propaganda. Nos termos do projeto, a estratégia de comunicação da agência de publicidade vencedora da licitação deverá assegurar que 40% dos valores contratados para produção e veiculação das peças publicitárias sigam critérios de regionalização e não sejam destinados a empresas e grupos que pratiquem a chamada propriedade cruzada. Esta se verifica quando uma mesma empresa ou grupo controla veículos de comunicação, na mesma localidade, em diversas plataformas – televisão, rádio, mídia impressa.

O projeto prevê ainda que, no caso de publicidade de órgãos federais, a regionalização se dará pela destinação a empresas de comunicação sediadas nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, de pelo menos 40% dos valores contratados para produção e veiculação de peças publicitárias.

Por fim, estabelece que ao menos 40% dos recursos com publicidade sejam destinados a microempresas, empresas de pequeno porte e empreendedores individuais de comunicação.

As alterações legislativas promovidas pelo art. 1º do projeto deverão entrar em vigor, nos termos de seu segundo e último artigo, incorretamente identificado como art. 3º, cento e oitenta dias após a publicação da futura Lei.

O PLS foi distribuído à Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) e a este colegiado, que deverá se pronunciar terminativamente sobre a matéria. Não foram apresentadas emendas à proposição, que recebeu parecer contrário da CCT.

## **II – ANÁLISE**

Compete à CCJ, nos termos do art. 101, I e II, g, do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), manifestar-se sobre a



**SENADO FEDERAL**  
Gabinete do Senador **RICARDO FERRAÇO**

constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e o mérito do PLS nº 178, de 2013.

O projeto é formalmente constitucional, eis que a matéria sobre o qual versa – normas gerais de contratação para a Administração Pública – é da competência legislativa da União, nos termos do art. 22, XXVII, da Carta Magna. Ademais, sobre ela não incide reserva de iniciativa, sendo, portanto, válida a iniciativa parlamentar.

O PLS atende também aos requisitos de juridicidade, porquanto a espécie normativa eleita é adequada, inova o ordenamento jurídico e é dotada de generalidade, abstração e potencial coercitividade.

Não há óbices regimentais à tramitação do projeto. Há, porém, no plano da constitucionalidade material, razões suficientes a desautorizar a aprovação do PLS. Com efeito, consoante antecipado pela CCT, *qualquer restrição legal que limite a estratégia de comunicação das agências de publicidade fere claramente o intento constitucional de eficiência, além de afastar a isonomia de tratamento entre os participantes por força de critérios como “local/sede da empresa” ou “enquadramento tributário”, igualmente irrelevantes ao objeto do contrato administrativo.*

Na veiculação da publicidade oficial, o Poder Público deve cuidar para que as mensagens atinjam, na maior extensão possível, seu público alvo. Não faz sentido despender recursos públicos com publicidade senão para alcançar os fins educativos, informativos ou de orientação social a que ela se destina, nos termos do art. 37, § 1º, da Constituição. Assim como representa um contrassenso falar para auditórios vazios, configura um desperdício de dinheiro público contratar espaço publicitário em veículos de comunicação com público inexpressivo.

Ademais, o projeto direciona as contratações, ferindo de morte o princípio da isonomia entre os licitantes, ao determinar que ao menos 40% dos recursos de publicidade oficial sejam direcionados a microempresas, empresas de pequeno porte e empreendedores individuais de comunicação.

SF/17175.44247-23



**SENADO FEDERAL**  
Gabinete do Senador **RICARDO FERRAÇO**

Desse modo, resta claro que, a despeito de seus nobres propósitos, o projeto é incompatível com os seguintes preceitos da Constituição brasileira: o art. 5º, *caput*, que veicula o princípio da isonomia; o art. 37, *caput* e XXI, que determina a observância do princípio da eficiência pela Administração Pública e o oferecimento, aos interessados, de condições iguais de participação nas licitações públicas.

Em face dos problemas anteriormente identificados, somos levados a propor a rejeição do PLS nº 178, de 2013, por padecer de vício de inconstitucionalidade material.

**III – VOTO**

Ante o exposto, o voto é pela rejeição, por inconstitucionalidade, do Projeto de Lei do Senado nº 178, de 2013, nos termos do art. 133, II, do Regimento Interno do Senado Federal.

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relator

SF/17175.44247-23