

PARECER N° , DE 2015

Da COMISSÃO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA, sobre o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 234, de 2015, do Senador Ronaldo Caiado, que *acrescenta o artigo 4º-A na Lei 12.232, de 29 de abril de 2010.*

Relator: Senador **RANDOLFE RODRIGUES**

I – RELATÓRIO

Vem ao exame desta Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 234, de 2015, de autoria do Senador Ronaldo Caiado.

A medida proposta tem o objetivo de ampliar a transparência na administração pública, a fim de permitir maior controle dos cidadãos sobre os gastos do Poder Público com publicidade institucional.

Para tanto, a proposição acrescenta o art. 4º-A na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que estabelece normas gerais sobre licitação e contratação serviço de publicidade pela administração pública.

O *caput* do art. 4º-A prescreve que, na propaganda institucional da administração pública direta e indireta de quaisquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, deverão constar, de forma clara, informações sobre o seu custo e sobre o número de veiculações ou inserções, independentemente do meio de comunicação em que for divulgada.

Na sequência, os § 1º e 2º do art. 4º-A estabelecem os critérios para divulgação do custo da propaganda institucional. Sempre que possível, as informações sobre o custo serão divulgadas nas formas escrita e oral.

Além disso, os valores serão discriminados por modalidade de veiculação e abrangerão a totalidade dos recursos empregados na ação publicitária. O § 3º, por sua vez, configura como ato de improbidade administrativa o descumprimento da medida proposta.

Após a apreciação deste Colegiado, a matéria seguirá para a Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania a quem caberá deliberar terminativamente.

Não foram apresentadas emendas.

II – ANÁLISE

A contratação de serviços de propaganda e publicidade acaba por repercutir nos veículos de comunicação social, cabendo a esta Comissão examinar as proposições que se correlacionem com as diversas mídias, tais como jornal, rádio, televisão e internet, nos termos do art. 104-C, inciso VII, do Regimento Interno do Senado Federal.

Os contratos de publicidade sempre deram ensejo a questionamentos em razão de natureza eminentemente intelectual de seu conteúdo, bastante vinculado à criatividade e ao poder de comunicação das peças concebidas. O caráter subjetivo do objeto, somado ao fato dos contratos envolverem, em sua maioria, valores expressivos, sempre tornou as contratações nesta área vulneráveis à prática de atos de improbidade.

Nesse sentido, conforme justificado pelo autor do PLS, a alteração legislativa ora proposta vem ao encontro da sempre crescente necessidade de ampliação da transparência na administração pública, a fim de permitir maior controle do gasto público pelos cidadãos.

De ter-se, assim, por meritória a iniciativa que confere eficácia à chamada transparência ativa, consagrada na Lei de Acesso à Informação, que obriga a Administração Pública a divulgar, independente de solicitação e por todos os meios disponíveis, as informações de interesse coletivo ou geral, o que é o caso dos gastos do Poder Público com publicidade.

Registre-se, a propósito, que a Lei nº 12.232, de 2010, prevê, em seu art. 16, a divulgação, na internet, das informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e dos veículos. Todavia, conforme previsto no referido dispositivo, os valores pagos são divulgados pelos totais despendidos com os veículos e fornecedores, o que não permite estabelecer a correlação entre a peça publicitária e o seu custo para a Administração, aspecto essencial para o controle social do gasto público e que deve ser submetido à imediata apreciação das pessoas, já por ocasião da veiculação da propaganda, sem prejuízo da publicação de outros dados na internet.

No tocante à técnica legislativa, necessário se faz aperfeiçoar a redação da ementa para que ela indique de forma mais clara o objeto do PLS, o que será feito por meio da Emenda ao final apresentada.

Necessário se faz, ainda, suprimir a sigla “NR” que fecha o art. 4º-A, que está sendo acrescido à Lei nº 12.232, de 2010. Isso porque a aposição dessa partícula, nos termos da alínea *d* do inciso III do art. 12 da Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998, só se justifica quando há alteração no âmbito de um artigo.

III – VOTO

Pelo exposto, votamos pela **aprovação** do Projeto de Lei do Senado nº 234, de 2015, com as seguintes emendas:

EMENDA Nº 1 – CCT (ao PLS nº 234, de 2015)

Dê-se à ementa do Projeto de Lei do Senado nº 234, de 2015, a seguinte redação:

Acrescenta o art. 4º-A à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para tornar obrigatória a divulgação de informações sobre os gastos do Poder Público com publicidade institucional.

EMENDA Nº 2 – CCT
(ao PLS nº 234, de 2015)

Altere-se o art. 1º do Projeto de Lei do Senado nº 234, de 2015, para suprimir a sigla “NR” maiúsculas, entre parênteses, do final texto proposto para o art. 4º-A da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

Sala da Comissão, 15/03/2016

Senador Lasier Martins, Presidente

Senador Randolfe Rodrigues, Relator