

PARECER Nº , DE 2015

Da COMISSÃO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA, sobre o Projeto de Lei do Senado nº 86, de 2014, do Senador Jarbas Vasconcelos, que *dispõe sobre a obrigatoriedade da Administração Pública de divulgar despesas com publicidade.*

RELATOR: Senador **CRISTOVAM BUARQUE**

I – RELATÓRIO

Submete-se à análise da Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT), o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 86, de 2014, de autoria do Senador Jarbas Vasconcelos, que obriga os órgãos da Administração Pública a divulgar despesas com publicidade.

De acordo com a proposta, qualquer anúncio de responsabilidade dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário da União, do Ministério Público e da Defensoria Pública da União, assim como das autarquias e fundações públicas federais, deverá divulgar, de forma clara, o valor das despesas com sua produção e veiculação (art. 1º, *caput* e parágrafo único).

A obrigação abrange anúncios veiculados em quaisquer meios de comunicação, inclusive na internet (art. 2º, § 1º). No caso das campanhas veiculadas no rádio e na televisão, fica autorizada a divulgação apenas do valor total das inserções (art. 2º, § 2º).



O projeto prevê que, em caso de descumprimento da obrigação de divulgação do valor das despesas, o Poder Judiciário poderá determinar a imediata suspensão da veiculação da campanha publicitária, a pedido de qualquer cidadão ou de quaisquer dos legitimados para propositura da ação civil pública, nos termos legais (art. 2º, § 3º). Estabelece, ainda, que a suspensão não exclui a punição do agente público responsável pela omissão, em caso de dolo ou culpa (art. 2º, § 4º).

Por fim, o PLS nº 86, de 2014, exige que os órgãos previstos no art. 1º publiquem, semestralmente, a consolidação das despesas com publicidade, com base no que determina a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, a Lei de Acesso à Informação – LAI (art. 3º, *caput*).

A consolidação deverá especificar as despesas com publicidade, agrupadas por campanha, meio de comunicação e veículo; o fornecedor do serviço de publicidade, incluída a produção e a veiculação do anúncio ou campanha; e a forma de seleção e contratação do fornecedor (art. 3º, §§ 1º e 2º).

Estabelece, ademais, que o agente que descumprir a obrigação de manter e publicar a consolidação das despesas com publicidade estará sujeito ao disposto no art. 32 da LAI (art.3º, § 3º).

A cláusula de vigência estabelece que a lei em que se transformar o projeto entre em vigor no primeiro dia útil do exercício financeiro seguinte ao de sua publicação.

Inicialmente distribuído exclusivamente à Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), o projeto é submetido à apreciação da CCT por força da aprovação do Requerimento nº 309, de 2014, de autoria do Senador Zezé Perella. Retorna depois à análise da CCJ, para decisão em caráter terminativo.

Não foram apresentadas emendas ao projeto.

II – ANÁLISE

Tendo em vista que o projeto será posteriormente examinado pela CCJ, esta Comissão analisará a medida sob os aspectos constantes do inciso VII do art. 104-C do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), que trata das matérias de comunicação, imprensa e radiodifusão, aí englobadas as que envolvem a publicidade.

Do ponto de vista da competência regimental desta Comissão, importa salientar, de início, a questão da comunicação, mais especificamente a ampliação das informações sobre a utilização dos recursos públicos que o projeto pode oportunizar, no caso de sua aprovação.

Diga-se que o Estado republicano moderno assenta-se sobre o princípio da existência de mecanismos de controle entre os Poderes e aquele exercido pela sociedade civil sobre a gestão do Estado. E o pressuposto básico para o eficaz funcionamento desse modelo institucional é a informação: nenhum controle, nenhum acompanhamento pode se dar na ausência da informação.

Não foi outro o entendimento do legislador de 1988 ao inscrever na Constituição Federal o direito do cidadão de ter acesso à informação detida pelo Estado, bem como a obrigação deste último, pelo princípio da publicidade, de divulgar as informações sobre seus atos de gestão. Ressalvadas aquelas que envolvem segurança de Estado e as que violam a vida privada dos cidadãos, todas as demais informações públicas devem ser disponibilizadas, por força constitucional.

De outra parte, ressalte-se que a informação constitui um dos instrumentos mais poderosos no combate à corrupção. A ampliação do acesso público à informação permite um monitoramento mais atento das motivações privadas e políticas que, por vezes, interferem com as decisões técnicas. Não se trata apenas de identificar desvios e ineficiências administrativas. Ocorre que, se a sociedade conhece melhor os dados administrados pelo Estado, o abuso de poder e a prática do clientelismo político tornam-se mais difíceis.

Como se vê, o projeto em exame, além de reafirmar os princípios contemplados pelo constituinte originário, propõe o



estabelecimento de disciplina complementar. Trata-se, sem dúvida, de adequar a publicidade dos órgãos e entidades públicos aos novos patamares de transparência exigidos pela sociedade.

Reconhecido o mérito da proposição, chamamos a atenção para uma incoerência entre a redação da ementa e a do comando do projeto. Veja-se que a ementa se refere à “obrigação da Administração Pública Federal de divulgar **despesas com publicidade**”. Já o art. 1º diz que a obrigação da Administração Pública Federal é a de divulgar as **despesas com campanhas de publicidade**, em quaisquer meios de comunicação” (grifos nossos).

Em vista da necessidade de padronizar a redação da ementa e do texto do projeto e de nosso entendimento de que a utilização do termo “campanhas” pode restringir o alcance das disposições, manifestamo-nos pelo acolhimento da medida, com a apresentação de duas emendas de redação. Pela afinidade com o objeto da presente medida legislativa, fazemos remissão ao que dispõe o § 1º do art. 37 da Constituição Federal, que abrange todo o tipo de publicidade dos órgãos públicos.

III – VOTO

Ante o exposto, e reconhecido o mérito da iniciativa, somos de parecer pela **aprovação** do Projeto de Lei do Senado nº 86, de 2014, com as seguintes emendas de redação:

EMENDA Nº 1– CCT

Dê-se ao *caput* do art. 1º do Projeto de Lei do Senado nº 86, de 2014, a seguinte redação:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a obrigação de divulgação de despesas da administração pública com a publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas, em quaisquer meios de comunicação.



EMENDA Nº 2– CCT

Dê-se ao art. 2º, § 2º, do Projeto de Lei do Senado nº 86, de 2014, a seguinte redação:

Art. 2º

.....

§ 2º Na publicidade veiculada no rádio e na televisão, poderá ser divulgado somente o valor referente ao total das inserções.

Sala da Comissão, 23/02/2016

Senador Hélio José, Vice-Presidente

Senador Cristovam Buarque, Relator



SF/15402.44082-01