

PROJETO DE LEI N<sup>º</sup>  
(Do Sr. Wagner Rubinelli)

Altera a lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, no que especifica, que regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.

O Congresso Nacional **decreta**:

Art. 1º O caput do art. 16, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 16. Será dada publicidade, mensalmente, em órgão de divulgação, à relação de todas as compras feitas pela Administração direta ou indireta, de maneira a clarificar a identificação do bem comprado, seu preço unitário, a quantidade adquirida, o nome do vendedor e o valor da operação, podendo ser aglutinadas por itens as compras feitas com dispensa e inelegibilidade de licitação." (NR)

Art. 2º O inciso III, do art. 21, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 21.....

.....

III - em jornal diário de grande circulação no Estado e também, se houver, em jornal editado no Município ou, se não houver, em jornal da região onde será realizada a obra, prestado o serviço, fornecido, alienado ou alugado o bem, podendo ainda a Administração, conforme o vulto da licitação, utilizar-se de outros meios de divulgação para ampliar a área de competição". (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

## Justificação

Já é clássica, quase bíblica a estatuição dos Princípios que devem reger a Administração Pública, em especial, nas licitações e contratos administrativos, estampados no art. 3º, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, a saber, legalidade, impessoalidade, moralidade, igualdade, publicidade, probidade administrativa, vinculação ao instrumento convocatório e julgamento objetivo. Pouco se comenta ou questiona a respeito de um destes princípios o da publicidade - supondo-se, talvez, que a apreensão de seu sentido e extensão sejam claros, ou, ao menos, facilmente perceptíveis.

A doutrina nacional tem enfatizado que o Princípio da Publicidade tem seu natural campo de aplicação no Direito Administrativo. E, quando constitucionalistas a ele se referem, derivam da matriz constitucional um princípio administrativo, sempre reportando ao art. 37 da Carta Magna, com raras exceções. Assim, José Afonso da Silva (Curso de Direito Constitucional Positivo, Malheiros, 2000, pág. 653) diz que: "A publicidade sempre foi tida como um princípio administrativo, porque se entende que o Poder Público, por ser público, deve agir com a maior transparência possível, a fim de que os administrados tenham, a toda hora, conhecimento do que os administradores estão fazendo. "Vai mais longe, citando o inesquecível Hely Lopes Meirelles, ao dele colher: "Enfim, a "publicidade, como princípio da administração pública [diz Hely Lopes Meirelles], abrange toda a atuação estatal, não só sob o aspecto da divulgação oficial de seus atos, como também de propiciação de conhecimento da conduta interna de seus agentes..." (ob. Cit. pág. 654) Uadi Lamêgo Bulos (Constituição Federal Anotada, Saraiva, 2000, pág. 563) ressalta que a atenção ao princípio da publicidade tem como escopo "manter a total transparência na prática dos atos da Administração Pública", associando-o assim à garantia de acesso do cidadão aos registros públicos. Odete Medauar (Direito Administrativo Moderno, 1998, pág. 139) vai se abastecer em Norberto Bobbio e Celso Lafer para tecer sua explanação, que merece, pelo poder de síntese, ser transscrito: "O tema da transparência e visibilidade, também tratado como publicidade da atuação administrativa, encontra-se associado a reivindicação geral da democracia administrativa".

Em síntese, o princípio da publicidade diz respeito não apenas à divulgação do procedimento para conhecimento de todos os interessados, como também aos atos da Administração praticados nas várias fases do procedimento, que podem e devem ser abertas aos interessados, para assegurar a todos a possibilidade de fiscalizar sua legalidade.

O art. 16, da Lei de Licitações e Contratos Administrativos estabelece que "será dada publicidade, mensalmente, em órgão de divulgação oficial ou em quadro de avisos de amplo acesso ao público...". Atualmente, os administradores municipais determinam as formas de dar publicidade a seu atos, principalmente, seguindo as orientações das instruções emanadas dos Tribunais de Contas dos Estados, e o que pode ser visto é que cada Estado da Federação tem uma sistemática diferente. Mesmo em unidades da Federação próximas uma da outra, como Rio Grande do Sul e Santa Catarina, as normas diferem muito, assim, como de Santa Catarina para o Paraná e deste para São Paulo.

Tendo em vista que a Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, segundo a sistemática constitucional é uma lei nacional, ou seja, de aplicação obrigatória para todos os entes

federativos, entendemos que há necessidade de existir um mecanismo que defina exatamente as obrigações do administrador. Como foi afirmado acima, cada Tribunal de Contas determina uma forma de publicação dos atos oficiais do Município, chegando-se, em Estados limítrofes a extremos.

Um Tribunal estabelece que obrigatoriamente todos os atos oficiais devem ser publicados em jornal local, (como é o caso do Estado de Santa Catarina), e outros determinam que basta afixar no quadro de avisos da própria municipalidade. A transparência e a moralidade têm sido recomendadas em todas as oportunidades pelos poderes constituídos. Não é possível que, nos dias atuais, a fixação de um ato oficial do administrador, no quadro de avisos da municipalidade, seja considerada como "dado publicidade" sob pena de que todos os munícipes, no mínimo, aqueles que tenham alguma espécie de interesse com o Município, devam passar pelo quadro de avisos e ver se há algum assunto de seu interesse.

Em um Município pequeno já é muito difícil, em um Município médio se torna impossível, quanto mais um Município grande. O atual texto da Lei de Licitações e Contratos Administrativos determina em seu art. 21, inciso III que os avisos contendo os resumos dos editais das concorrências e das tomadas de preços, dos concursos e dos leilões, embora realizadas no local da repartição interessada, deverão ser publicados com antecedência, no mínimo, por uma vez, em jornal de grande circulação no Estado e também, se houver, em jornal de grande circulação no Município ou na Região onde será realizada a obra, prestando o serviço, fornecido, alienado ou alugado o bem, podendo ainda a Administração, conforme o vulto da licitação, utilizar-se de outros meios de divulgação para ampliar a área de competição.

Tendo em vista que o jornal editado no Município normalmente é o de maior circulação, deve ser substituído o termo "de circulação no Município" por "editado no Município". A proposta se fortalece se atentarmos para a possibilidade de o administrador, pretendendo não dar ampla divulgação de algum ato, realize a publicação em jornal de outro Município, para, assim, os munícipes não tomarem conhecimento dos atos praticados. Esse procedimento pode ser realizado desta forma, pela redação do atual texto normativo, comprometendo seriamente a lisura do processo licitatório e causando prejuízos ao Município. Sob outro enfoque, cumpre salientar que não vem sendo exigido, no que diz respeito às publicações dos atos oficiais dos Municípios, o cumprimento, na maioria das vezes, do inciso I, do art. 30, da Lei de Licitações e Contratos Administrativos, que determina que o órgão de imprensa deve ser registrado ou inscrito na entidade profissional de classe.

Outro ponto que não vem sendo observado, no procedimento licitatório, por diversos entes federados é o disposto no inciso II, do § 2º, do art. 46, da Lei de Licitações e Contratos Administrativos, referente à licitação do tipo técnica e preço, principalmente no que diz respeito à publicações, pois o preço de centímetro de coluna proposto não considera a tiragem do veículo. O ideal seria que fosse considerado o preço por mil exemplares. Exemplo: um jornal edita 1.000 exemplares ao preço de R\$ 3,00 (três reais), por cm/col, enquanto que outro edita 5.000 mil exemplares ao preço de R\$ 10,00 (dez reais), por cm/col. O preço por 1.000 exemplares do primeiro caso é de R\$ 3,00 (três reais), e do segundo é R\$ 2,00 (dois reais), tornado-se mais vantajoso para a Administração interessada em dar a maior divulgação possível dos atos pelo menor preço. Quando propugnamos pela publicação dos atos oficiais em jornal local ou órgãos de divulgação, não estamos nos referindo, de forma alguma, a matérias informativas e

noticiosas, mas sim, de editais, licitações, leis, decretos, portarias, e demais atos administrativos, enfim, tudo aquilo que altera oficialmente a normalidade de um Município e seus administrados.

Desse modo, esperamos contar com o apoio de nossos ilustres Pares, com vistas à aprovação dessa propositura, que poderá melhorar a divulgação dos atos oficiais, tornando a fiscalização dos cidadãos muito mais eficiente do que é possível no forma como é feita atualmente.

Sala das Sessões, em de maio de 2003

Deputado Wagner Rubinelli  
PT/SP