



COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA

PROPOSTA DE EMENDA A CONSTITUIÇÃO Nº 38, DE 2003.

Determina a fixação de limites para gastos com a publicidade de obras governamentais.

Autor: Senado Federal – ROBERTO SATURNINO - PT/RJ

Relatora: Deputada CAROLINE DE TONI

I – RELATÓRIO

A Proposta de Emenda à Constituição nº 38/2003, de autoria do Senador Roberto Saturnino (PT/RJ), tem por objeto determinar a fixação de limites para os gastos com publicidade de obras governamentais. Conforme exposto na proposta, o intuito é estabelecer critérios e parâmetros que impeçam a utilização excessiva e desarrazoada de recursos públicos em campanhas de divulgação de obras realizadas pelo poder público.

O autor da medida justifica a necessidade de racionalizar os gastos públicos, argumentando que a publicidade excessiva pode comprometer o equilíbrio das contas do ente estatal e desviar recursos que poderiam ser aplicados em outras áreas prioritárias, em consonância com os princípios da eficiência e da economicidade na administração pública.

PEC 38/2003 foi aprovada em Plenário pelo Senado Federal no dia 23 de abril de 2003, e em 02 de maio de 2003 a proposição foi encaminhada





para análise e deliberação na Câmara dos Deputados, dando continuidade ao trâmite legislativo para as emendas à Constituição.

Em 30 de maio de 2003 a PEC 38/2003 foi recebida pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC) da Câmara dos Deputados, e foram apensadas a proposição principal a **PEC 211/2012**, que modifica o art. 37 da Constituição Federal, para vedar a utilização de publicidade institucional por órgãos públicos, salvo a de utilidade pública; A **PEC 21/2015**, que altera o § 1º do art. 37 da Constituição Federal, para restringir os limites da publicidade institucional; e a **PEC 98/2015**, que altera o § 1º do art. 37 da Constituição Federal, proibindo o uso de elementos que identifiquem os governantes na realização de publicidade institucional dos governos.

O conjunto das proposições destina-se à reorientação da política de comunicação e à racionalização dos gastos públicos com publicidade, buscando maior transparência, eficiência e restrição do uso da máquina estatal para fins promocionais.

Em resumo elas restringem o uso de recursos públicos para fins de autopromoção e publicidade institucional que não atendam a critérios de utilidade pública ou informacional, contribuindo para um Estado mais enxuto e focado na eficiência administrativa. Promovem a responsabilidade fiscal e o combate ao desperdício, elementos essenciais para a racionalização dos gastos do setor público, de modo a garantir que recursos sejam alocados prioritariamente em áreas essenciais para o bem-estar coletivo. E por fim, as propostas também evitam a instrumentalização da comunicação estatal para fins de promoção pessoal de governantes ou de instituições, mantendo o foco na transparência e na prestação de serviços à população.

Para a análise de sua admissibilidade e fundamentação, compete à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC) emitir parecer acerca dos aspectos formais e materiais das propostas, verificando sua





constitucionalidade, juridicidade e a observância dos preceitos de adequada técnica legislativa, conforme preceitua o Regimento Interno da Casa.

É o relatório.

II - VOTO DA RELATORA

No que se refere à constitucionalidade, a iniciativa para a apresentação de Propostas de Emenda à Constituição é legitimada aos parlamentares, conforme dispõe o art. 60 da Constituição Federal.

A **PEC 38/2003**, de iniciativa do Senador Roberto Saturnino, atende ao requisito formal, uma vez que segue o procedimento de proposição previsto para alterações na Carta Magna, não havendo desvio de finalidade nem vício de iniciativa. Ao estabelecer limites para os gastos com publicidade de obras governamentais, a PEC alinha-se aos princípios da eficiência, economicidade e transparência previstos na Constituição. A restrição imposta é compatível com o caráter do Poder Constituinte Derivado Reformador e não afronta quaisquer cláusulas pétreas.

A **PEC 211/2012**, de autoria do Ex-Deputado Walter Feldman, veda o uso de publicidade institucional (exceto aquela de utilidade pública) obedece aos requisitos formais necessários para emendas à Carta Magna. A medida visa impedir a utilização inadequada dos recursos públicos em promoção institucional desproporcional, preservando o equilíbrio orçamentário e a moralidade administrativa, o que é compatível com os preceitos constitucionais.

A **PEC 21/2015**, do Ex-Deputado Lobbe Neto, altera o § 1º do art. 37 para restringir os limites da publicidade institucional cumpre as formalidades exigidas para proposições de emenda à Constituição. A limitação dos gastos publicitários – quando realizada com critérios objetivos – coaduna-se com os





princípios da boa administração, eficiência e responsabilidade fiscal, sem modificar a natureza das garantias fundamentais do regime constitucional.

A PEC 98/2015, do Ex-Deputado Heráclito Fortes, proíbe o uso de elementos identificadores dos governantes em publicidade institucional foi corretamente formulada, atendendo às exigências formais para a alteração constitucional. Ao buscar prevenir a instrumentalização da máquina estatal para fins de autopromoção, a PEC reforça os princípios de impessoalidade e legalidade na gestão pública, sem ultrapassar os limites da intervenção estatal previstos na Constituição.

Em relação à juridicidade, as quatro PECs apresentam coerência com as normas e princípios que regem a Administração Pública, notadamente os da legalidade, da moralidade, da eficiência e da economicidade. As proposições visam combater o uso excessivo e, por vezes, inadequado de recursos públicos para fins de publicidade institucional, contribuindo para uma gestão mais racional e transparente dos cofres estatais. Ademais, não se verifica conflito com normas vigentes ou risco de insegurança jurídica, permitindo a manutenção do equilíbrio entre os princípios democráticos e a responsabilidade fiscal.

Do ponto de vista da técnica legislativa, observa-se que a redação da PEC 38/2003 está estruturada de forma a delimitar claramente o objeto – ou seja, os limites dos gastos com publicidade de obras governamentais – possibilitando interpretação sistemática e aplicação objetiva.

As PECs 211/2012, 21/2015 e 98/2015, que se apensaram à proposta principal, e que tratam de aspectos específicos e complementares da publicidade institucional, encontram-se redigidas de maneira a não gerar dúvida quanto ao seu alcance e finalidade.

Em conjunto, as propostas demonstram clareza e precisão, cumprindo as exigências da Lei Complementar nº 95/1998. Eventuais ajustes textuais poderão ser efetuados na fase posterior, de discussão em comissão





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Caroline De Toni – PL/SC

5

especial, sem prejuízo à admissibilidade da matéria, preservando a conformidade técnica legislativa.

Diante do exposto, **em relação a PEC 38/2003 e das PECs 211/2012, 21/2015 e 98/2015 apensadas, manifesto-me favoravelmente à admissibilidade e aprovação do conjunto das propostas, considerando-as constitucional, jurídica e tecnicamente adequadas**, bem como alinhadas aos princípios de uma gestão pública eficiente e responsável.

É o voto.

Sala da Comissão, em ____/____/____.

Deputada CAROLINE DE TONI
Relatora

Apresentação: 04/09/2025 14:05:58.623 - CCJC
PRL 2 CCJC => PEC 38/2003

PRL n.2



Câmara dos Deputados - Anexo III - Gabinete 772 - CEP 70160-900 - Brasília/DF
Tel: (61) 3215-5772 - dep.carolinedetoni@camara.leg.br

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD253291861300>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Caroline de Toni



* C D 2 5 3 2 9 1 8 6 1 3 0 0 *