

COMISSÃO DE FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO

PROJETO DE LEI N.º 3.305, DE 2008

Dispõe sobre normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade e dá outras providências

Autor: Deputado José Cardozo

Relator: Deputado André Vargas

I - RELATÓRIO

A presente proposição, de autoria do Nobre Deputado José Cardozo, busca inserir no ordenamento jurídico regras de licitação aplicáveis especificamente a serviços de publicidade prestados à Administração Pública.

Nos termos em que justifica o autor, “tem a nossa experiência recente nos mostrado que a ausência de um tratamento normativo específico para essa matéria possibilita que, nesse campo, grandes arbitrariedades ocorram em todo o país. Empresas de publicidade contratadas com óbvio favorecimento, com base em critérios de julgamento subjetivos, contratos que encobrem a possibilidade de novos ajustes imorais com terceiros, pagamentos indevidos, desvios de verbas públicas destinadas à publicidade com fins patrimoniais privados ou para custeio de campanhas eleitorais são apenas alguns exemplos de transgressão que compõem um cenário já bem conhecido nos dias em que vivemos”.

Dentre os principais pontos da proposição em tela, merecem destaque:

03FE376D13

i) a composição da comissão especial de licitação por sorteio, em sessão pública, com a escolha de 5 membros entre 15 cadastrados, em perfeita consonância com o princípio da impessoalidade;

ii) a utilização de metodologia para recebimento de propostas técnicas (partes dissertativa e artística) que impeça a prévia identificação dos proponentes, o que também coaduna com o princípio da impessoalidade;

iii) adoção obrigatória de licitação dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”, em respeito aos princípios da eficiência e da economicidade.

A proposta foi analisada pela Comissão de Trabalho, Administração e Serviço Público – CTASP, tendo sido aprovada na forma de um substitutivo. Os principais aperfeiçoamentos desse substitutivo, conforme defendeu o Relator naquela Comissão, Deputado Milton Monti, são os seguintes:

i) aperfeiçoamento da nomenclatura técnica, com a adoção da designação “agências de propaganda”;

ii) aprimoramento da sistemática licitatória específica para serviços de publicidade, com a criação, além da comissão especial de licitações, de subcomissão técnica que terá a incumbência de analisar e julgar apenas as propostas técnicas, sem prejuízo das atribuições da comissão especial de licitação;

iii) alteração da redação do art. 19 do projeto original – art. 20 do substitutivo –, para deixar patente a aplicação subsidiária das disposições da futura lei às empresas estatais que possuam regulamentos próprios de licitação e contratos.

Nesta Comissão de Finanças e Tributação, até o esgotamento do prazo regimental, foram apresentadas 8 emendas.

É o relatório.

03FE376D13

II - VOTO DO RELATOR

Cabe a esta Comissão, além de apreciar o mérito da proposição, examinar os aspectos orçamentários e financeiros públicos de quaisquer proposições que importem aumento ou diminuição da receita ou da despesa pública, quanto à sua compatibilização ou adequação com o plano plurianual, com a lei de diretrizes orçamentárias e com o orçamento anual, nos termos do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Da análise do PL n.º 3.305, de 2008, bem como de seu substitutivo aprovado pela CTASP, verifica-se que, potencialmente, as propostas trazem implicações orçamentárias e financeiras em termos favoráveis, ainda que se revistam de caráter essencialmente normativo ao fixarem normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade.

A regular aplicação dos recursos públicos em serviços de publicidade é tema recidivo no âmbito do controle das finanças públicas, tanto que as leis de diretrizes orçamentárias nos últimos anos têm incorporado disposição que determina a obrigatoriedade de programação orçamentária específica para os gastos com publicidade.

A exemplo das LDOs anteriores, a Lei n.º 11.768, de 14 de agosto de 2008, que estabelece as diretrizes orçamentárias para 2009, dispõe em seu art. 12, inciso XIV, que “o Projeto e a Lei Orçamentária de 2009 discriminarão, em categorias de programação específicas, as dotações destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando a publicidade for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da Administração Pública Federal”.

Nesses moldes, apresentamos emenda de adequação determinando a especificidade e transparência dos gastos com publicidade no âmbito das três esferas da Administração Pública.

No mérito, deve-se dizer que tanto o PL n.º 3.305/2008 como o substitutivo aprovado pela CTASP alinharam-se consistentemente com os

03FE376D13

princípios da moralidade, da eficiência e da economicidade. Ambas as proposições deixam clara a busca por maior eficiência nas licitações e contratações de serviços de publicidade pelo setor público, sem, contudo, renunciar à sempre indispensável observância da moralidade no uso dos recursos públicos.

Além disso, como bem ressaltou o Relator na CTASP, “o aperfeiçoamento das licitações e contratos relacionados com serviços de publicidade irá contribuir para a melhora da qualidade do gasto público nesse campo, resultando em economicidade para as fazendas estatais, com despesas menores e serviços de qualidade superior”.

Com o substitutivo da CTASP, como ressaltamos no Relatório, foram introduzidas alterações à proposta original que, ao nosso ver, merecem ser acolhidas. Relembando, são elas:

- i) aperfeiçoamento da nomenclatura técnica, com a adoção da designação “agências de propaganda”;
- ii) aprimoramento da sistemática licitatória específica para serviços de publicidade, com a criação, além da comissão especial de licitações, de subcomissão técnica que terá a incumbência de analisar e julgar apenas as propostas técnicas, sem prejuízo das atribuições da comissão especial de licitação;
- iii) alteração da redação do art. 19 do projeto original – art. 20 do substitutivo –, para deixar patente a aplicação subsidiária das disposições da futura lei às empresas estatais que possuam regulamentos próprios de licitação e contratos.

Quanto às emendas apresentadas nesta Comissão, houvemos por bem acatar as de n.^{os} 1 e 8.

A emenda n.^º 1, como bem lembrou seu autor, busca retirar disposição relativa à remuneração devida pelos anunciantes, denominada desconto padrão de agência, cujo teor iria de encontro às relações estabelecidas entre os atores do mercado publicitário.

03FE376D13

Por sua vez, a emenda n.^º 8 tem o condão de apropiar a redação a conceitos já consagrados pela Lei n.^º 4.680, de 18 de junho de 1965, deixando expresso que o desconto padrão é devido à agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda – e que a agência atua junto aos veículos de comunicação por conta e ordem do cliente anunciante, no caso, a Administração Pública.

Quanto às demais emendas, a despeito das meritórias intenções de seus autores, entendemos por bem não acatá-las.

Diante do exposto, somos:

i) pela compatibilidade e adequação orçamentária e financeira do PL n.^º 3.305, de 2008, e de seu substitutivo aprovado pela CTASP, com a emenda de adequação ora apresentada;

ii) pela não implicação orçamentária e financeira das emendas apresentadas nesta Comissão;

iii) no mérito, pela aprovação do PL n.^º 3.305, de 2008, na forma do substitutivo aprovado pela CTASP, e pela aprovação das emendas de n.^{os} 1 e 8, restando as demais emendas rejeitadas.

Sala da Comissão, em _____ de 2009.

Deputado André Vargas
Relator

COMISSÃO DE FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO

PROJETO DE LEI N.º 3.305, DE 2008

Dispõe sobre normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade e dá outras providências

EMENDA DE ADEQUAÇÃO

Inclua-se, onde couber, o seguinte dispositivo ao Substitutivo:

"Art. . . Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da Administração Pública."

Sala da Comissão, em _____ de _____ de 2009.

Deputado André Vargas