



**EMENDA Nº - CCJ**  
(ao Projeto de Lei do Senado n. 236, de 2012)

Suprima-se o **inciso V do caput** e o **§4º** do artigo 71 do substitutivo apresentado pelo relator ao Projeto de Lei do Senado nº 236, de 2012.

**JUSTIFICATIVA**

O inciso V do art. 71 do substitutivo do relator na CCJ prevê a pena de “publicidade do fato em órgão de grande circulação”. O §4º desse mesmo artigo estabelece que o número de inserções será “proporcional à pena concreta substituída, pelo período mínimo e máximo de um ano”.

A pena não é ética, nem razoável. Submete a pessoa jurídica à execração pública, que representa um verdadeiro linchamento institucional, com desastrosas consequências para a sobrevivência da instituição. Pode resultar na sua extinção.

O texto inquinado estabelece que a quantidade de inserções da publicidade negativa “*será proporcional à pena concreta substituída, pelo período mínimo de um mês e máximo de um ano*”. O critério não é claro, pois utiliza dois fatores – quantidade de inserções e tempo de duração da publicação – sem estabelecer qualquer regra de cálculo ou de definição. Não se encontra definido como seria calculado o número de inserções ou o número de dias, semanas ou meses em que ocorreria a publicação da publicidade negativa. Também não se acha explícito como seria calculada a sua proporcionalidade com a “*pena concreta substituída*”? Se, por exemplo, a pena cominada fosse de 2 a 8 anos de prisão, qual seria a quantidade de inserções ou tempo de duração?

Ademais, a sanção abrange todos os meios de comunicação – jornal, revista, televisão, rádio e, também, sistema de autofalante da cidade, sem qualquer critério previamente definido. O dispositivo do substitutivo refere-se a veículo de “*grande circulação*”, mas grande circulação onde? No país, no estado ou no município em que se localiza a sede da pessoa jurídica? A aplicação da pena em questão, na forma em que se encontra redigida, ficaria totalmente ao arbítrio do juiz, praticamente sem limites ou regras.





**SENADO FEDERAL**  
Senador Armando Monteiro

Conhecendo bem os nossos usos e costumes, a pena poderia se converter em instrumento de detração pública ou meio de depreciação de adversário em campanha política, excedendo o princípio da punição justa e suficiente.

Sua exequibilidade é bem contestável. Qual seria a viabilidade de sua aplicação em qualquer dos cinco mil municípios do País?

Não há que se alegar que a pena de publicidade já se encontra prevista no art. 78 do Código de Defesa do Consumidor. É uma situação totalmente diferente. A publicidade negativa prevista no CDC tem por finalidade prevenir o consumidor das práticas ilícitas ou abusivas usadas pela empresa, em detrimento do próprio consumidor. A Política Nacional das Relações de Consumo reconhece a vulnerabilidade do consumidor, determinando como um de seus fundamentos o princípio da informação. Tem mais caráter de notícia, de aviso, do que de punição. No caso do Código Penal, seria uma punição grave e humilhante.

Deve-se salientar que o processo penal já se encontra vinculado ao princípio da publicidade. Em âmbito internacional, destaca-se o art. 8º, 5, da Convenção Americana sobre Direitos Humanos, que determina que “o processo penal deve ser público, salvo no que for necessário para preservar os interesses da justiça”. Em âmbito constitucional, além do art. 37 aplicável à administração da justiça criminal, o art. 5º e o art. 93 da CF/88 estabelecem o seguinte:

“Art. 5º, LX – a lei só poderá restringir a publicidade dos atos processuais quando a defesa da intimidade ou o interesse social o exigirem”.

“Art. 93, IX – todos os julgamentos dos órgãos do Poder Judiciário serão públicos, e fundamentadas todas as decisões, sob pena de nulidade (...)”.

Ressalte-se ainda que os atos que se revestem do caráter de oficialidade – tais como as decisões em processos penais – já possuem instrumento para sua divulgação: a imprensa oficial. Quanto à justificativa de que a “possibilidade de arranhar a marca, mediante publicidade negativa, encontra maior ressonância preventivo-geral do que, por exemplo, a multa”, lembramos as valiosas lições de Cesare Beccaria de que não é a severidade da pena que traz o temor, mas a certeza de punição. Ademais, conforme entendimento do STF, as penas criminais devem ser cada vez “menos estigmatizantes” e de aplicabilidade mais efetiva (Tribunal Pleno, RHC 80.362/SP, j. 14/02/2001, rel. Ministro Ilmar Galvão).



SF/14047.78843-52



**SENADO FEDERAL**  
Senador Armando Monteiro

Quanto ao pretense caráter preventivo da pena de publicidade, saliente-se que além do fato do direito penal situar-se na esfera repressiva, já existem diversos institutos administrativos e civis que efetivam o princípio da prevenção e da precaução, ideia ainda mais antecipatória dos riscos de uma atividade. Ademais, há de se questionar a efetividade dessa medida, tendo em vista que sua aplicação dar-se-á anos após o fato, com o trânsito em julgado da ação penal.

Sala das Reuniões,

Senador **ARMANDO MONTEIRO**



SF/14047.78843-52