

PRINCÍPIO CONSTITUCIONAL DA PUBLICIDADE NO REGIME DIFERENCIADO DE CONTRATAÇÃO:
VIOLAÇÃO OU ADEQUAÇÃO?

Cintia Barudi Lopes Morano* & Ivan Roberto de Arruda Junior**

RESUMO

Discute-se neste artigo o Princípio da Publicidade e a implantação da Lei 12.462/11 que institui o Regime Diferencial de Contratação – RDC e sua disciplina aplicada exclusivamente às obras e serviços ligados às licitações e contratos necessários a realização dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016; Copa das Confederações da Federação Internacional de Futebol Associação – FIFA 2013 e Copa do Mundo de 2014. Questiona-se se referida legislação fere o Princípio Constitucional da Publicidade. Pretende-se, assim, analisar se as novas formas de publicidade dos atos administrativos representam uma afronta ao Princípio da Publicidade ou uma evolução deste.

Palavras-chave: Princípio. Publicidade. Regime Diferenciado de Contratação. Lei nº 12.462/11.

ABSTRACT

It is argued in this paper the principle and implementation of the Law 12.462/11 establishing the Differential Regime of Hiring (*RDC* in Portuguese) and the discipline applied exclusively to the works and services linked to bids and contracts required the Olympic Games and Paralympics Games in 2016; Confederation's Cup of *Fédération Internationale de Football Association* – FIFA 2013 and World Cup 2014. It is questioned if this legislation violates the Constitutional principles of Advertising. It is intended, therefore, to examine whether the new forms of advertising of administrative acts represent an affront to the Principle of Publicity or an evolution of it.

Keywords: Principle. Advertising. Differential Regime of Hiring. Law 12.462/11.

* Professora de Direito Administrativo das FMU- Faculdades Metropolitanas Unidas. Diretora da Comissão de Direito Administrativo da Ordem dos Advogados do Brasil - 116ª Subseção de São Paulo. Advogada graduada pelas FMU. Especialista em Direito Constitucional pela ESDC - Escola Superior de Direito Constitucional. Mestre em Direitos Difusos e Coletivos pela UNIMES – Universidade Metropolitana de Santos. Doutoranda pela PUC/SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - Núcleo de Pesquisa de Direito Administrativo.

** Aluno graduando do curso de Direito da FMU – Faculdades Metropolitanas Unidas – 7º semestre. Oficial da Defensoria Pública do Estado de São Paulo - Regional Infância e Juventude.

Introdução

Considerando que todo ato administrativo deve obedecer aos Princípios Constitucionais da Administração Pública e, sendo a licitação um ato administrativo integrante de um processo legal, é imperioso que seja a ela aplicados tais princípios, dentre eles o da publicidade, que também se aplica ao Regime Diferenciado de Contratação - RDC.

Entende-se por Publicidade, de um modo bem simples, a transparência dos atos administrativos. Ampla divulgação e acesso aos atos praticados pela Administração Pública, como uma forma de controle social e dos órgãos responsáveis por tal função.

Seguindo a mesma linha de raciocínio deste pensamento de transparência, pode-se citar como decorrência do princípio em apreço a necessidade de publicação dos atos administrativos na **Imprensa Oficial** e ou em jornais de grande circulação.

Com efeito, a Lei Geral das Licitações, Lei nº 8.666/93, estabelece, por exemplo, em seu artigo 21, regras a respeito da publicidade do aviso do edital que, sendo o procedimento licitatório de cunho federal, a publicação deve ser feita no Diário Oficial da União, e, quando de cunho estadual ou municipal, além de ser feita em Diário Oficial do Estado, ainda exige-se a publicidade em jornal de grande circulação no Estado e também, se houver, em jornal de grande circulação local.

Por sua vez, a Lei do Pregão, Lei nº 10.520/02, estabelece que a publicação do aviso do edital deve ser feita em Diário Oficial da União e em jornal de grande circulação, sendo possível também a publicação por meios eletrônicos, conforme dispõe o artigo 4º, inciso I, da referida legislação. Para o Pregão eletrônico, estabelecido como regra geral, a divulgação do aviso do edital será feita não apenas pela Imprensa Oficial, como também por meio eletrônico, no portal de compras do governo federal, COMPRASNET, nos termos do artigo 17, *caput* e §1º do seu Decreto regulamentador de nº 5.450 de 31/05/2005.

Já, o Regime Diferencial de Contratação – RDC traz uma nova opção de publicação na Imprensa Oficial, quando nos artigos 6º “*caput*” e §3º e artigo 15 §1º, I e II, da Lei

12.462/11 dispõe sobre a possibilidade de a publicação ser realizada em **Sítio Eletrônico Oficial** ao invés de Imprensa Oficial, e posterga a publicação do orçamento prévio elaborado pela Administração para depois do término do certame licitatório.

Ante as considerações gerais elaboradas, algumas questões são pertinentes: essa nova modalidade de publicidade pode ser considerada uma violação ou uma adequação ao princípio da Publicidade?

1. Publicidade

Por publicidade se entende a ampla divulgação dos atos praticados pela Administração, sendo que o dicionário da Academia Brasileira de Letras assim a conceitua: “1. Ato ou efeito de fazer alguém ou alguma coisa conhecidos e aceitos pelo público. 2. Conjunto dos meios de comunicação empregados para fazer conhecida uma pessoa, uma empresa, um produto, etc. 3. Material usado para divulgação”¹.

Disto depreende-se que a publicidade consiste no amplo conhecimento dado aos atos administrativos, principalmente nos procedimentos licitatórios, considerados um conjunto de atos administrativos voltados à tomada de decisão da Administração Pública para a escolha da proposta mais vantajosa para a celebração de seu contrato de interesse público.

Assim, é ilustre a visão de José Afonso da Silva quando ensina a respeito da publicidade:

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. Especialmente exige-se que se publiquem atos que devam surtir efeitos externos, fora dos órgãos da Administração. [...]

¹ Conceito de publicidade extraída do Dicionário da Academia Brasileira de Letras, Dicionário escolar da língua Portuguesa / Academia Brasileira de Letras. 2ª Ed. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 2008, p.1044.

Agora é a Constituição que a exige. Em princípio, por conseguinte, não se admitem ações sigilosas da Administração Pública, por isso mesmo é pública, maneja coisa pública, do povo (publicum > populum > populum; público = do povo). Mas a própria Constituição admite informações sigilosas imprescindíveis à segurança da sociedade e do Estado. (art. 5º, XXXIII), o que, há de ser excepcional, sob pena de infringir o princípio que é o da publicidade.”²

Perfaz-se, portando, a obrigatoriedade da publicidade dos atos administrativos, seja ela através da publicação no Diário Oficial, ou dependendo do tipo licitatório, como ocorre com a modalidade convite, considerada modalidade adequada e destinada a contratação de menor vulto, da afixação do aviso do edital no prédio ou lugar onde se realizará a licitação para divulgação dos interessados.

Ocorre, contudo, que ainda assim a publicidade reserva alguns momentos de sigilo, em que os atos administrativos devam permanecer sem divulgação, por exemplo, quando a divulgação desses atos a todos os administrados possa causar uma insegurança nacional. Diante disso, o mesmo autor já citado explica a respeito que:

É de ponderar, contudo, que os pareceres só se tornam públicos após sua aprovação final pela autoridade competente; enquanto em poder do parecerista ainda é uma simples opinião que pode não se tornar definitiva. As certidões, contudo, não são elementos da publicidade administrativa, porque, se destinam a interesse particular do requerente; por isso a Constituição só reconhece esse direito quando são requeridas para defesa de direitos e esclarecimentos de situações de interesse pessoal (art. 5º, XXXIV, mas é certo que a Constituição assegura a todos o direito de obter dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de coletivo ou geral, que serão

prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, salvo as sigilosas mencionadas no art. 5º, XXXIII da CF/88). [...]”³

Por conseguinte Maria Sylvia Zanella Di Pietro nos ensina que mesmo estando impressa em nossa Constituição Federal, a publicidade de certos atos administrativos poderá ser dispensada quando for preciso proteger a intimidade da pessoa ou do interesse social:

O princípio da publicidade, que vem agora inserido no artigo 37 da Constituição, exige à ampla divulgação dos atos praticados pela Administração Pública, ressalvadas as hipóteses de sigilo previstas em lei.

Existem na própria Constituição (art. 5º) outros preceitos que ou confirmam ou restringem o princípio da publicidade:

1. O inciso LX determina que a lei só poderá restringir a publicidade dos atos processuais quando a **defesa da intimidade** ou o **interesse social** o exigirem; como a Administração Pública tutela interesses públicos, não se justifica o sigilo de seus atos processuais, a não ser que o próprio interesse público assim determine, como, por exemplo, se estiver em jogo a segurança pública; ou que o assunto, se divulgado, possa ofender a intimidade de determinada pessoa, sem qualquer benefício para o interesse público.” [...]”⁴

Dessa forma, a possibilidade de restrição à publicidade que o inciso LX do artigo 37 da Constituição Federal descreve, também está explícita no inciso XXXIII do mesmo artigo, quando o dispositivo constitucional descreve que todos têm direito de receber informações de interesse coletivo ou geral, excetuando aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado.

O inciso XXXIII estabelece que todos tem direito a receber dos órgãos públicos informações de seu **interesse particular**, ou de

² SILVA, José Afonso de. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. São Paulo: Ed. Malheiros, 2009, p 669.

³Ibid., p. 669-670.

⁴ DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo**. São Paulo: Atlas, 2012, p.72.

interesse coletivo ou **geral**, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, **ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado**; essa norma deve ser combinada com a do inciso LX, que garante o sigilo dos atos processuais quando necessário à defesa da intimidade e proteção do interesse social.” [...]”⁵

2. Regime Diferenciado de Contratações – RDC

A Lei 12.462 promulgada em 04/08/2011 institui o Regime Diferenciado de Contratações Públicas – RDC, consistente em promover a licitação de obras e serviços destinados exclusivamente aos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, Copa das Confederações e Copa do Mundo e, também, às obras de infraestrutura e de contratação de serviços para os aeroportos das capitais dos Estados da Federação distantes até 350 km (trezentos e cinquenta quilômetros) das cidades sedes dos mundiais, tendo por objetivo ampliar a eficiência nas contratações públicas e a competitividade entre os licitantes; promover a troca de experiências e tecnologias em busca da melhor relação entre custos e benefícios para o setor público; incentivar a inovação tecnológica; e assegurar tratamento isonômico entre os licitantes e a seleção da proposta mais vantajosa para a administração pública.

Em relação à publicidade, diferentemente da Lei 8.666/93, a nova legislação deixa de exigir a publicação do ato convocatório em diário oficial quando o valor da licitação não ultrapassar a quantia de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil) para obras ou de até R\$ 80.000,00 (oitenta mil) para bens e serviços, inclusive de engenharia, passando a permitir tal publicação apenas em Sítio Oficial do Governo.

A Lei assim dispõe:

Art. 1º É instituído o Regime Diferenciado de Contratações Públicas (RDC), aplicável exclusivamente às licitações e contratos necessários à realização:

I - dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016, constantes da Carteira de Projetos Olímpicos a ser definida pela Autoridade Pública Olímpica (APO); e
II - da Copa das Confederações da Federação Internacional de Futebol Associação -Fifa 2013 e da Copa do Mundo Fifa 2014, definidos pelo Grupo Executivo - Gecopa 2014 do Comitê Gestor instituído para definir, aprovar e supervisionar as ações previstas no Plano Estratégico das Ações do Governo Brasileiro para a realização da Copa do Mundo Fifa 2014 - CGCOPA 2014, restringindo-se, no caso de obras públicas, às constantes da matriz de responsabilidades celebrada entre a União, Estados, Distrito Federal e Municípios;
III - de obras de infraestrutura e de contratação de serviços para os aeroportos das capitais dos Estados da Federação distantes até 350 km (trezentos e cinquenta quilômetros) das cidades sedes dos mundiais referidos nos incisos I e II.

[...]

Art. 3º As licitações e contratações realizadas em conformidade com o RDC deverão observar os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, **da publicidade**, da eficiência, da probidade administrativa, da economicidade, do desenvolvimento nacional sustentável, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo. **(grifo nosso)**

[...]

Art. 6º Observado o disposto no § 3º, o orçamento previamente estimado para a contratação **será tornado público apenas e imediatamente após o encerramento da licitação**, sem prejuízo da divulgação do detalhamento dos quantitativos e das demais informações necessárias para a elaboração das propostas. **(grifo nosso)**

[...]

§ 3º Se não constar do instrumento convocatório, a informação referida no caput deste artigo **possuirá caráter sigiloso** e será disponibilizada estrita e permanentemente aos órgãos de controle externo e interno. **(grifo nosso)**

⁵ Ibid., p.74.

[...]

Art. 15. Será dada ampla publicidade aos procedimentos licitatórios e de pré-qualificação disciplinados por esta Lei, ressalvadas as hipóteses de informações cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado, devendo ser adotados os seguintes prazos mínimos para apresentação de propostas, contados a partir da data de publicação do instrumento convocatório:

[...]

§ 1º A publicidade a que se refere o caput deste artigo, sem prejuízo da faculdade de divulgação direta aos fornecedores, cadastrados ou não, será realizada mediante:

I - publicação de extrato do edital no Diário Oficial da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município, ou, no caso de consórcio público, do ente de maior nível entre eles, sem prejuízo da possibilidade de publicação de extrato em jornal diário de grande circulação; e

II - divulgação em sítio eletrônico oficial centralizado de divulgação de licitações ou mantido pelo ente encarregado do procedimento licitatório na rede mundial de computadores. (grifo nosso)

§ 2º No caso de licitações cujo valor não ultrapasse R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) para obras ou R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) para bens e serviços, inclusive de engenharia, **é dispensada a publicação prevista no inciso I do § 1º deste artigo. (grifo nosso)**⁶

3. RDC x Ação Direta de Inconstitucionalidade

Por conta das alterações na publicidade, a nova legislação é alvo de algumas Ações diretas de Inconstitucionalidade ajuizadas contra a Lei nº 12.462 de 05 de agosto de 2011, que questionam, dentre outras matérias, a violação do princípio da publicidade.

Na visão dos impetrantes das ADINs os artigos 6º § 3º e art. 15 parágrafo 1º, incisos I

e II ferem o princípio da publicidade quando no artigo 6º “caput” informa que o orçamento prévio estimado para contratação somente se tornará público após o encerramento da licitação e o seu § 3º ao dizer que as informações somente serão disponibilizadas aos órgãos de controle interno e externo.

Além disso, o artigo 15 § 1º, II, por sua vez, coloca como faculdade (e não obrigação) a publicação do extrato do edital em diário oficial para licitações de obras cujo valor não ultrapasse R\$ 150.000,00 ou para aquisições de bens e serviços, incluindo engenharia, cujo valor não ultrapasse R\$ 80.000,00.

No tocante, preconiza a ADIN nº 4645 sobre a questão o seguinte:

6. VIOLAÇÃO DO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E MORALIDADE

Entre as violações à Constituição Federal perpetradas pela Lei 12.462, de 2011, cumpre ainda destacar a norma do art. 15, § 2º, disposição evidentemente inconstitucional, por ofensa ao art. 37, da Constituição Federal, notadamente aos princípios constitucionais da moralidade e publicidade.

O art. 15 da lei impugnada dispõe sobre a publicidade dos procedimentos licitatórios abrangidos pelo Regime Diferencial de Contratação Públicas. Estranhamente, a disposição de seu §2º dispensa a publicação em diário oficial, em se tratando de “licitações cujo valor não ultrapasse R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) para obras ou R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) para bens e serviços”. [...]⁷

Considerando a exigência do Princípio da Publicidade, determinado constitucionalmente, resta evidente o seu respeito. No entanto, há de se falar nas exceções quando se tratar de atos administrativos que tratem da defesa da intimidade da pessoa ou coloque em risco o interesse social.

⁶ Lei 12.462/11. Disponível em [HTTPS://www.planalto.gov.br](https://www.planalto.gov.br) <Acesso em 25/04/2012>.

⁷ Ação de Inconstitucionalidade nº 4645 proposta por partidos políticos. Disponível em [HTTPS://www.stf.gov.br](https://www.stf.gov.br). <Acesso em 25/04/2012>.

Aplicando esses ensinamentos ao RDC, resta claro não se tratar de uma violação a publicidade, visto que o artigo 6º “caput” da Lei 12.462 impõe que o orçamento previamente estimado para a contratação seja divulgado apenas ao final da contratação. Ora, se tal orçamento será divulgado, mesmo que ao final do procedimento, significa que não há violação a tal princípio.

Assim, se há interesse social a Lei poderá restringir a publicidade dos atos processuais, sejam judiciais, sejam administrativos. Estar-se-á, portanto, diante deste tipo de interesse, vez que, ao não divulgar o orçamento prévio que se pretende gastar, o governo tenta evitar que empresas participantes do certame aumentem o valor de suas propostas, aumentando, por via de consequência, os próprios custos das obras no intuito de obterem maiores lucros.

José dos Santos Carvalho Filho, em sua obra, destaca a respeito da excepcionalidade do princípio da publicidade, destacando que:

Sem embargo da circunstância de que a publicidade dos atos constitui a regra, o sistema jurídico- repita-se- institui algumas exceções, tendo em vista a excepcionalidade da situação e os riscos que eventual divulgação poderia acarretar. O próprio art. 5º, XXXIII, da CF, resguarda o sigilo de informações quando se revela indispensável à segurança da sociedade e do Estado.⁸

De fato, a não divulgação prévia do orçamento, em contratações de altíssimo vulto, como aquelas referentes à Lei em apreço, é totalmente justificável e útil, na medida em que se pretende evitar especulações dos participantes a respeito dos valores de suas propostas, tratando-se, assim, de interessante técnica de negociação e de instrumento indispensável à eficiência dos contratos administrativos.

Ainda em relação ao artigo 6º, porém, em seu §3º, podemos evidenciar que também não há objeção a tal princípio, sobretudo quando a Lei demonstra que sempre que se faça necessário ou haja interesse, tanto o

⁸ CARVALHO FILHO, José dos Santos. Manual de Direito Administrativo. São Paulo: Atlas, 2012, p. 28.

Tribunal de Contas quanto o Ministério Público terão acesso amplo e irrestrito ao certame. Logo, se existe tal acesso não há de se falar em violação ao princípio, pois sendo o Ministério Público e o Tribunal de Contas órgãos constitucionais de controle, é fato que o orçamento estará sendo devidamente fiscalizado.

Além disso, também não justifica a alegação de inconstitucionalidade do artigo 15 da Lei nº 12.462/11 que em seu “caput” dispõe que será dada ampla publicidade aos procedimentos licitatórios (...), e em seu § 1º, inciso II, a Lei inova ao determinar que a divulgação poderá ser feita em “sítio eletrônico oficial centralizado de divulgação de licitações ou mantido pelo encarregado do procedimento licitatório na rede mundial de computadores”.

Aqui, cria-se uma nova opção de divulgação do extrato do edital da licitação, que se entende, nada fere o princípio da publicidade uma vez que haverá publicação, porém na rede mundial de computadores. Há até quem alegue que a divulgação em sítio eletrônico no lugar da tradicional publicação em diário oficial ofende a ampla publicidade dos atos administrativos dada a situação de escassez da inclusão digital no país, onde milhares de brasileiros ainda não dispõem de pleno acesso a computadores e internet.

A alegação da baixa inclusão tecnológica e eletrônica no Brasil, apesar de ser uma realidade em algumas regiões do país, a nosso ver, não se justifica. A regra do artigo 15, *caput* e § 1º, inciso II da nova legislação está claramente dirigida às contratações de pequena monta, que, pela Lei Geral das Licitações, Lei nº 8.666/93, sequer são submetidas à obrigatoriedade de confecção de edital, tendo a sua publicidade limitada à afixação da carta-convite no local onde a licitação será realizada.

Cesar A. Guimarães Pereira, em artigo publicado a respeito⁹, comenta que:

⁹ O texto corresponde a uma versão modificada do artigo sob o mesmo título que integra a coletânea “O Regime Diferenciado de Contratações Públicas – Comentários à Lei nº 12.462 e ao Decreto nº 7.581”, coordenado por MARÇAL JUSTEN FILHO e CESAR A. GUIMARÃES PEREIRA, Ed. Fórum, 2012, pp. 193/208.

Destaque-se que, no caso de licitações com valor de até R\$ 150.000,00 (obras) R\$ 80.000,00 (bens ou serviços, inclusive de engenharia), a publicação do inciso I (Diário Oficial) fica dispensada, conforme previsto no §2º. Apenas é obrigatória a publicação por meio da divulgação em sítio eletrônico. Evidentemente, deve ser dada a maior divulgação possível à existência do referido sítio eletrônico e a quaisquer mudanças que a Administração pretenda realizar no meio de divulgação eletrônica dos extratos de edital. O §3º determina a aplicação da regra acerca do somatório de licitações parceladas para se aferir o valor da licitação, para aplicação do §2º. A regra do §2º foi impugnada perante o STF na ADI nº 4.645, sob o pressuposto de violar o princípio da publicidade. Em sua manifestação nos autos, a Advocacia-Geral da União defende a validade da norma sob a premissa de que a publicidade por meio da publicação em diários oficiais não é o único procedimento constitucionalmente admissível, conforme demonstra o regramento da Lei nº 8.666 atinente ao convite. O argumento parece persuasivo para confirmar a validade do dispositivo¹⁰.

Se fosse assim, as disposições da Lei nº 8.666/93, no que tange à divulgação da licitação na modalidade convite, estar-se-iam igualmente sujeitas à alegação de vício de inconstitucionalidade por violação do princípio da publicidade. A regra segundo a qual, contratações de maior valor exigem publicidade maior e, contratações de pequeno valor exigem publicidade menor, não foi violada pela Lei nº 12.462//11, razão porque não há que se falar em inconstitucionalidade.

Considerações Finais

De tudo que foi exposto, entende-se que não houve violação ao princípio da publicidade previsto constitucionalmente no artigo 37, *caput*, quer em razão do disposto no artigo 6º, quer em razão do disposto no artigo 15, ambos dispositivos da recente Lei nº 12.462/11 que institui o Regime Diferenciado de Contratação.

Ora, é fato que a grande maioria da população não tem acesso ao Diário Oficial nem muitas vezes interesses em manusear tal instrumento de publicidade dos atos administrativos. Alegar que a publicidade para contratos de pequeno valor previstos no RDC é uma publicação frágil, de fácil manipulação pelos responsáveis do sítio oficial ou que se deve fazer a publicação no Diário Oficial por questão de tradição do ordenamento jurídico brasileiro não representam motivos fortes o suficiente para que os dispositivos legais sejam considerados inconstitucionais.

Parece-nos sim, que tais alegações estão muito mais arraigadas às tradições do que a inovar e facilitar o modo de divulgação dos atos administrativos, ainda mais quando se trata de contratações de pequena monta e, portanto, de menor publicidade.

Ademais, no exame da Lei nº 8.666/93, na licitação na modalidade convite cujos valores de cabimento do procedimento licitatório equiparam-se aos referidos no artigo 15 § 1º inciso II, da Lei nº 12.462//11, fica dispensada a confecção de edital e respectiva publicação em Diário Oficial, exigindo-se apenas que se afixe cópia do instrumento convocatório em local apropriado. Daí depreende-se que se a própria Lei Geral das Licitações dispensa a publicação do instrumento convocatório em Diário Oficial, logo não há violação ao Princípio da Publicidade se há publicação do extrato do edital em sítio oficial.

No que tange à alegação do suposto sigilo do orçamento, esta também não merece acolhida. A técnica de negociação para contratação de altíssimo vulto utilizada pela Lei nº 12.462//11 é inovadora e útil à Administração Pública, principalmente no que diz respeito à obtenção da eficiência e economicidade de suas contratações, ainda

¹⁰ PEREIRA, Cesar A. Guimarães. Procedimento Licitatório da Lei nº 12.462: Licitações em forma eletrônica e os métodos de disputa aberto e fechado. Disponível em http://www.justen.com.br/pdfs/IE61/IE61_Cesar_RDC.pdf. <Acesso em 20/02/2013>.

mais quando o sigilo apenas vigorará até contratação final, com divulgação aos cidadãos *a posteriori*, garantindo-se, durante todos os trâmites e fases do procedimento licitatório, pleno acesso do orçamento aos órgãos de controle.

Conclui-se, assim, que tais alterações propostas pelo Regime Diferenciado de Contratação – RDC não ferem o Princípio da Publicidade. A uma porque as modificações trazidas pela Lei nº 12.462/11, no ponto que dispõe a respeito do sigilo do orçamento, até contratação final, estão em consonância com o

disposto no artigo 5º, inciso XXXIII, da Constituição Federal de 1988, que ressalva o acesso às informações para preservar a segurança do Estado e de seu interesse público. A duas porque para contratos de pequena monta a publicação do edital apenas em site oficial não destoia da regra já abraçada pela Lei Geral das Licitações, Lei nº 8.666/93, segunda a qual para pequenos valores a publicidade existe, mas é menor.

REFERÊNCIAS

CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Manual de Direito Administrativo**. 25ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Dicionário escolar da língua Portuguesa / Academia Brasileira de Letras. 2ª ed. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 2008.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo**. 25ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PEREIRA, Cesar A. Guimarães. **Procedimento Licitatório da Lei nº 12.462: Licitações em forma eletrônica e os métodos de disputa aberto e fechado**. Disponível em http://www.justen.com.br/pdfs/IE61/IE61_Cesar_RDC.pdf. <Acesso em 20/02/2013>.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 32ª ed. São Paulo: Malheiros, 2009.