

À

**SUPERINTENDÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DE MERCADO  
DA COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS**

(via o correio eletrônico [audpublica0614@cvm.gov.br](mailto:audpublica0614@cvm.gov.br))

Ref.: Comentários e sugestões ao Edital de Audiência Pública SDM nº 06/14

Prezados Senhores,

Nos termos do Edital de Audiência Pública em epígrafe, servimo-nos da presente correspondência para submeter à apreciação de V.Sas. as considerações, os comentários e as sugestões da LUZ PUBLICIDADE à proposta de alteração da Instrução CVM nº 426, de 28 de dezembro de 2005, que dispõe sobre a divulgação das demonstrações financeiras e dos fatos relevantes do Fundo Garantidor de Parcerias Público-Privadas na rede mundial de computadores.

### **Introdução**

A LUZ PUBLICIDADE é uma agência de publicidade financeira com mais de 40 anos de experiência, tendo participado ativamente do desenvolvimento das publicações legais no meio impresso, desde o seu início. Por força disso, como fez na oportunidade de Editais de Audiência Pública da CVM, entende que pode e pretende ser atuante também no desenvolvimento da comunicação.

Assim, a LUZ PUBLICIDADE coloca-se, desde logo, como parceira disposta a colaborar com a Comissão de Valores Mobiliários – CVM.

### **1. Motivação da minuta**

Preliminarmente, a LUZ PUBLICIDADE manifesta sua concordância com a iniciativa da Superintendência de Desenvolvimento de Mercado – SDM da Comissão de Valores Mobiliários – CVM, seguindo na orientação de outras modificações propostas anteriormente, em atualizar a comunicação devida pelo Fundo Garantidor de Parcerias Público-Privadas – FGP, o que se faz por meio da proposta de alteração da Instrução CVM nº 426, de 2005.

A LUZ PUBLICIDADE entende, mais uma vez, que, dada a proliferação de informações hoje disponível no meio digital, bem como dos mecanismos digitais para a sua divulgação (exemplos: páginas eletrônicas das companhias, mídias sociais, portais de notícias e aplicativos corporativos), há que se ter um cuidado especial à regulamentação da utilização dos meios de comunicação digitais.

Além disso, no caso específico da divulgação das informações do FGP, merece destaque a exigência de total transparência e publicidade, haja vista que esse

fundo particularmente é constituído por recursos públicos de maneira exclusiva. Sendo assim, a natureza dos recursos deve ser sopesada quando avaliada a atualização das comunicações desse fundo – o que se fará a seguir.

Essas preocupações e essa cautela foram o que motivaram a apresentação dos comentários e sugestões a seguir expostos.

## **2. Natureza pública dos recursos do FGP**

O Fundo Garantidor das Parcerias Público-Privadas – FGP foi instituído pelo artigo 16 da Lei nº 11.079, de 2004, com a redação dada pela Lei nº 12.766, de 2012.

Conquanto o fundo em si tenha natureza privada (artigo 16, § 1º da referida lei), os seus recursos são de natureza pública, considerando que são aceitos como cotistas a União, seus fundos especiais, suas autarquias, suas fundações públicas e suas empresas estatais dependentes.

Em razão disso, a divulgação das informações relativa ao FGP não está regulamentada única e exclusivamente pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM, nas suas atribuições de normatização do mercado de capitais e de fundos, mas, deve observância também e principalmente às regras concernentes à publicidade na esfera governamental. Regras essas que se iniciam na própria Constituição Federal, porque o seu artigo 37 assim prescreve:

“Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, **publicidade** e eficiência (...).” (g.n.)

Tendo em vista que se trata de um dispositivo constitucional, o princípio da publicidade deve ser entendido na sua acepção mais ampla possível, o que implica a exigência de divulgação das informações pelos meios de mais fácil acesso da população – o que pode ser restringido pela divulgação apenas em meio digital (virtual).

Some-se a isso a determinação do artigo 111 da Lei nº 4.320, de 1964 (Lei das Finanças Públicas) no sentido de que a União, suas autarquias e outras entidades devem publicar suas contas periodicamente. Mais uma vez, essa publicação não deve ser entendida de forma restrita, isto é, somente por meio digital (virtual).

Por sua formação e finalidade, o FGP pode ser entendido com a segregação de parte do patrimônio da União e dos demais cotistas (pessoas jurídicas de direito público), destinada a garantir o parceiro privado no caso das PPP. Com isso, as garantias prestadas no âmbito dessa modalidade de contrato administrativo de concessão não estão sujeitas às vicissitudes dos recursos previstos no orçamento geral da União.

Dadas as suas características, os aportes realizados ao FGP, a utilização dos seus recursos, com a clara descrição do contrato de PPP garantido e do parceiro privado beneficiado, bem como o relatório de sua administração, as suas demonstrações financeiras acompanhadas do parecer do auditor independente, as modificações do regulamento do FGP, a informação sobre os contratos de prestação de serviços de gestão da carteira do fundo e de custódia dos respectivos valores mobiliários e a divulgação de qualquer ato ou fato relevante relativo à carteira do FGP devem ser de ampla publicidade, para que haja o controle por parte da sociedade.

Finalmente, as mencionadas características do FGP o sujeitam à disciplina legal do acesso à informação pública, prescritos na Lei n° 12.527, de 2011. Por força dessa lei, a publicidade deve ser entendida como preceito geral e a divulgação de informações de interesse público deve ser feita independentemente de solicitação (artigo 3º, I e II), podendo ser utilizados os meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação (inciso III), não ficando restrito a tais meios.

Além disso, a publicidade a que estão submetidas as entidades públicas refere-se à parcela dos recursos públicos recebidos e à sua destinação, sem prejuízo das prestações de contas a que estejam legalmente obrigadas (artigo 2º, parágrafo único).

### **3. Conclusão**

Diante disso, embora concorde com o movimento da Comissão de Valores Mobiliários – CVM em atualizar as formas de divulgação de informações financeiras para o contexto do Século XXI e, principalmente, da internet, a LUZ PUBLICIDADE **sugere a reavaliação por parte da CVM sobre a restrição da divulgação das informações do FGP.**

A principal preocupação deve ser a constitucionalidade e a legalidade de a divulgação das informações do Fundo Garantidor das Parcerias Público-Privadas – FGP aos meios digitais.

Sendo esses os comentários e a sugestão a apresentar, subscreve-se esta correspondência.

Atenciosamente,

**LUZ PUBLICIDADE**  
Ricardo Sá  
Diretor Superintendente