PROJETO DE LEI Nº 109/16

Obriga os órgãos e as entidades dos Poderes Legislativo e Executivo Municipais, bem como as concessionárias de serviço público, a informarem, nas peças publicitárias institucionais, seu custo total ao erário municipal e o número desta Lei.

A CÂMARA MUNICIPAL DE SALVADOR

DECRETA:

Art. 1º Ficam os órgãos e as entidades dos Poderes Legislativo e Executivo Municipais, bem como as concessionárias de serviço público, obrigados a informar, em suas peças publicitárias institucionais:

I – O custo total destas ao erário municipal;

II – o número desta Lei; e

III – no caso de veiculação impressa, a quantidade de exemplares ou de inserções.

Art. 2º Para os fins desta Lei, consideram-se peças publicitárias institucionais toda divulgação de:

I – Propagandas, programas, atos, obras, comunicados de utilidade pública e campanhas institucionais; e

II – matérias realizadas pelas agências de publicidade contratadas por meio de processo licitatório, nos termos da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

Art. 3º A informação referida no art. 1º desta Lei será incluída nas peças publicitárias institucionais de modo a possibilitar a perfeita compreensão pelo público e:

I – No caso de veiculação em rádio, no final da publicidade; ou

II – no caso de veiculação de forma televisionada, na parte inferior da imagem ou do texto da publicidade, de forma legível e clara, durante toda sua duração.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões, 8 de abril de 2016.

HILTON COELHO

JUSTIFICATIVA

Este Projeto de Lei tem por finalidade obrigar a divulgação do gasto com publicidade dos órgãos e das entidades dos Poderes Legislativo e Executivo do Município de Salvador, em consonância com os princípios estabelecidos na Lei Nº 12.527 /2011 (Lei de acesso à informação)

Trata-se de estabelecer regras de controle externo à administração municipal uma vez que os gastos com publicidade institucional têm consumido valor significativo do erário público. Somente o Executivo Municipal tem uma previsão de gastos de aproximadamente 50 milhões por ano com publicidade institucional.

É importante ressaltar que não é qualquer ato do Município que precisa ter seu valor explicitado. A comunicação de atos oficiais é dividida em dois tipos: a publicidade legal e a publicidade institucional.

A publicidade legal, ou oficial, tem por objetivo dar transparência material e formal aos atos oficiais emitidos pela Administração Pública e é obrigatória, padecendo de validade os atos oficiais não publicados.

Já a publicidade institucional tem por objetivo a prestação de contas do planejamento e das ações tomadas pela Administração Pública. Refere-se à divulgação de campanhas, programas e notícias sobre as atividades desenvolvidas pelos poderes públicos, devendo respeitar o interesse público, tendo apenas caráter educativo, informativo ou de orientação social. Nesse sentido, somente a publicidade institucional é abarcada por esta Proposição.

A veiculação nas próprias peças publicitárias do valor utilizado para realizá-las, amplia a possibilidade de controle por parte da sociedade civil. É dever do Poder Legislativo criar mecanismos para que a gestão de todos os órgãos e entidades municipais seja o mais transparente possível, imbuído na óptica de controle pela sociedade.

Sala das Sessões, 8 de abril de 2016.

HILTON COELHO