PROJETO DE LEI Nº 285/14

Institui normas para a publicidade no âmbito da gestão pública do Município de Salvador e dá outras providências.

A CÂMARA MUNICIPAL DE SALVADOR

DECRETA:

Art.1º. Os gastos com comunicação/publicidade no âmbito da administração pública municipal de Salvador ficam limitados a 0,5% (meio por cento) do orçamento, a cada ano, não podendo, a qualquer título, exceder a esse limite.

Art.2º. As campanhas de utilidade pública devem responder por, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento)de toda a dotação orçamentária destinada à publicidade no âmbito da administração municipal de Salvador.

Parágrafo único - Por campanhas de utilidade pública compreendem-se as que se destinam a informações de interesse público e a orientação da população em geral, como as de educação para o trânsito, de vacinação de pessoas e de animais domésticos, combate a enfermidades, formação da cidadania etemas de Defesa Civil, dentre outras.

Art.3º. A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter necessariamente caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Parágrafo único. Subordinam-se ao regime desta Lei:

I - os órgãos públicos integrantes da administração direta dos Poderes Executivo e Legislativo;

II - as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pelo Município.

Art.4º. Ficam os órgãos e entidades da Administração direta, indireta e fundacional do Município obrigados a disponibilizar ao final da veiculação de cada peça publicitária em rádio e televisão o custo total da sua elaboração e divulgação, bem como no caso de impressos, placas e outdoor, expor em espaço visível para a população a despesa total da

propaganda, de modo a possibilitar aos cidadãos o acompanhamento e a fiscalização das ações dos agentes públicos.

Art. 5º. Aplicam-se as disposições desta Lei, no que couber, às entidades privadas que recebam, para realização de ações de interesse público, recursos públicos diretamente do orçamento ou mediante subvenções sociais, contrato de gestão, termo de parceria, convênios, acordo, ajustes ou outros instrumentos congêneres.

Art.6º. O servidor que negar vigência ao disposto nesta Lei, deverá responder ao competente processo administrativo por descumprimento de dever funcional, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

Art.7º.Os procedimentos previstos nesta Lei destinam-se a assegurar o direito fundamental de acesso à informação dos cidadãos soteropolitanos e devem ser executados em conformidade com os princípios básicos da administração pública estabelecidos na Constituição Federal, bem como de acordo com as normas da Lei Federal nº 12.527 de 18 de novembro de 2011,e com as seguintes diretrizes:

I - observância da publicidade como preceito geral e do sigilo como exceção;

II - divulgação de informações de interesse público;

III - utilização de meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação;

IV - fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública;

V –estímulo, promoção e incentivo da participação popular e controle social da administração pública.

Art.8º. Ficam os órgãos e entidades da Administração direta, indireta e fundacional do Município obrigados a disponibilizar em suas páginas na rede mundial de computadores (internet) espaço permanente destinado a divulgar o custo da publicidade institucional, assegurando aos cidadãos o seu acompanhamento e fiscalização.

Art.9º.O Poder Executivo deverá regulamentar esta Lei no prazo de 60(sessenta) dias, a partir de sua promulgação.

Art.10º. Esta Lei entra em vigor na sua publicação.

Art.11º. Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das Sessões, 09 de dezembro de 2014.
WALDIR PIRES

JUSTIFICATIVA

Considera Alexandre de Moraes que pelo princípio da moralidade administrativa, não bastará ao administrador o cumprimento da estrita legalidade, devendo ele, no exercício de sua função pública, respeitar os princípios éticos de razoabilidade e justiça, uma vez que a moralidade constitui, a partir da Constituição de 1988, pressuposto de validade de todo ato da administração pública. (Constituição do Brasil Interpretada, Atlas: 2002, p.782-783)

Neste sentido, por determinação expressa da Constituição Federal, a publicidade estatal deve ser balizada pela necessidade de informação, educação ou orientação social. Através da publicidade oficial caberá à Administração dar visibilidade às suas realizações, visando o bem comum e o interesse da coletividade. Não pode esta divulgação dos atos administrativos, custeada com recursos do erário público, servir de palanque político para a promoção de autoridade ou servidor.

Assim, dispõe a Constituição da República:

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 e, também, ao seguinte:

(...)

§ 1º - A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Neste sentido, lapidar é a lição do então Ministro do Supremo Tribunal Federal, Dr. Octávio Gallotti, que ao julgar como relator o RE n° 208.144-1 (DJU 25/08/2000) considerou que *"o conteúdo educativo, informativo ou de orientação social há de ter como alvo a utilidade e o proveito da comunidade, e não o interesse, mesmo legítimo, do administrador."*

Outro não é o entendimento de Judith Martins Costa:

"Terá caráter informativo quando a sua finalidade for a de informar a população, exemplificativamente, sobre um serviço que é posto à sua disposição, ou uma obra que lhe será de utilidade, ou uma campanha realizada em benefício da própria comunidade. Aí se incluem também as campanhas para divulgação de produtos do Município ou Estado, (...), ou de incentivo ao turismo, uma vez que essas atividades, além de atraírem divisas, servem, também, para informar a população de outras regiões acerca de eventos úteis à produção, ao comércio, ou ao lazer. Informações

úteis à população, portanto." (Publicação e Ação Administrativa-Interpretação do art.37, §1° da CF. RDP 97/166-170)

Dentro desta lógica de proteção da moralidade e da impessoalidade na gestão dos recursos da publicidade governamental é que se apresenta a presente proposição, que em perfeita consonância com o comando constitucional, visa vincular a utilização de três quartos dos recursos destinados à propaganda estatal às campanhas educativas, de informação e de orientação social.

Pretende-se assim evitar a utilização indevida dos recursos públicos para garantir a ostensiva promoção pessoal dos gestores, hábito atrasado, reiterado e muito comum nas diversas cidades do Brasil.

De igual sorte, se almeja que seja divulgado o custo da veiculação de cada peça publicitária, garantindo-se assim o acesso à informação do cidadão soteropolitano e controle social acerca dos gastos públicos municipais.

No mesmo sentido, o acompanhamento habitual da gestão das políticas estatais pela população implica em inequívoca redução da malversação de recursos, do desperdício, da sobreposição de ações, da utilização de programas visando obtenção de benefícios de caráter eleitoral, ou mesmo da apropriação indevida e do desvio puro e deliberado dos recursos do erário público.

A transparência estatal, associada ao permanente controle social da função administrativa do Estado, bem como à participação cotidiana dos cidadãos desde a concepção até o monitoramento das políticas públicas, constituem assim pressupostos essenciais para a real efetivação do princípio da eficiência administrativa no Brasil.

Trata-se de tema relevante e urgente, razão pela qual se submete a esta Casa a presente proposição, ao tempo em que solicitamos dos demais Edis especial atenção.

Sala das Sessões, 09 de dezembro de 2014.
WALDIR PIRES