PROJETO DE LEI ORDINÁRIA N° 12/2021

ADICIONA DISPOSITIVOS À LEI 6.678 DE 31 DE AGOSTO DE 2015 QUE DISPÕE SOBRE A OBRIGATORIEDADE DE CONTER NOS MATERIAIS DE PUBLICIDADE IMPRESSOS PAGOS PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL DIRETA E INDIRETA, INFORMAÇÕES QUANTO AOS CUSTOS E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS PARA AMPLIAR PARA OS MEIOS DIGITAIS E TELEVISIVOS AS OBRIGAÇÕES DE TRANSPARÊNCIA NA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.

Art. 1º O parágrafo único do artigo 1º da Lei 6.678 passa a figurar como §1º, sendo acrescido §2º a este artigo, com a seguinte redação:

> "§2º Aplica-se o disposto nesta Lei em todas as publicidades veiculadas em mídia televisiva, internet, plataformas digitais, redes sociais e conteúdos impulsionados."

Art. 2° Esta lei entra em vigor na data da publicação.

JUSTIFICATIVA:

A Lei Municipal 6.678 de 31 de Agosto de 2015 constitui um importante marco na inclusão da transparência administrativa das publicidades institucionais, ao obrigar as publicidades impressas a trazerem o número de inserções, o beneficiário e o valor da propaganda.

Ocorre que cada vez mais a publicidade institucional tem se alastrado por outros meios de comunicação, notadamente os digitais.

Por essa razão, entende-se como pertinente adicionar as obrigações de transparência também às peças publicitárias do Poder Público em outros meios, quais seja, televisão, internet, plataformas digitais, redes sociais e conteúdos de impulsionamento.

É importante citar que após o advento da Lei 6.678, nossa Lei Orgânica Municipal passou a incluir como um dos

princípios norteadores a Transparência Administrativa, com a aprovação da Emenda à LOM 55/2017.

A LOM passou a vigorar com os seguintes norteadores:

> Art. 9º Da competência do Município em comum com a União e o Estado:
> (...)
> XIII - promover as formas de acesso à informação da Administração Municipal e a transparência pública, oportunizando a otimização do controle social pelos cidadãos, bem como aperfeiçoar e fortalecer continuamente seus mecanismos de prevenção e combate à corrupção.
> (...)
> Art. 10-D É dever do Município consolidar e promover a cultura do controle social e prestação de contas, por meio da implantação da transparência pública, como valor organizacional da Administração Municipal e aprimoramento do modelo de governança com resultados, efeitos e impactos para a sociedade, garantindo-se:
> I - a consolidação das práticas de governança e gestão, com a participação efetiva da sociedade;
> II - a promoção da gestão democrática, eficiente e corporativa, primando pela inovação e pelo combate à burocracia, como forma de melhorar a qualidade dos serviços e políticas públicas;
> III - o acesso à informação da Administração Municipal Direta e Indireta;
> IV - o fomento permanente à participação social, como parte indispensável no controle dos gastos públicos e colaborativa com a gestão pública;
> V - a prevenção e o combate à corrupção, com o aperfeiçoamento e fortalecimento dos mecanismos sociais inerentes;
> VI - o direito ao acesso e efetivo acompanhamento da gestão da Administração Pública, como forma de consolidação da cidadania. (Redação acrescida pela Emenda à Lei Orgânica nº 55/2017)

Além de estar, portanto, em consonância com ao novo princípio de nossa Lei Orgânica, tal proposição também é plenamente justificada com recente decisão do TCU, na análise das contas do Governo Federal, onde cita a importância da transparência dos gastos de publicidade institucional.

O Tribunal de Contas da União, ao julgar as contas do Governo Federal relativas ao exercício financeiro de 2019, sugeriu ao Executivo Federal a criação de ferramentas de transparência para publicação detalhada dos gastos com publicidade institucional. Após a votação das contas, foram divulgadas amplamente na imprensa as recomendações do Ministro Bruno Dantas, relator do processo:

> "A recomendação do ministro é para que os gastos com publicidade e propaganda passem a ser objeto de detalhada transparência na internet, em site único e de fácil acesso ao público, contando com informações relativas a todos órgãos públicos contratantes, incluindo empresas estatais, com a segregação da informação em nível de fornecedores e valores pagos mensalmente, mencionando nominalmente todos os favorecidos." (https://jovempan.com.br/noticias/brasil/tcu-recomenda-transparencia-governo-gastos-publicidade.html)
>
> "O ministro Bruno Dantas também recomendou que os gastos com publicidade e propaganda sejam detalhados com transparência na internet, com informações relativas a todos órgãos públicos contratantes, incluindo empresas estatais, e valores pagos mensalmente. Devem ainda ser mencionados nominalmente todos os sites, blogs, portais e congêneres que recebam recursos públicos, seja diretamente ou por terceirizados." (https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2020-06/tcu-aprova-com-ressalvascontas-da-presidencia-da-republica-de-2019)

Isto posto, como matéria de mérito, é imprescindível citarmos a evolução dos gastos de publicidade nos últimos anos.

ANO	TOTAL ANO - PMI	EMPRESAS
2013	R$ 4.642.932,70	Propaga
2014	R$ 5.348.164,20	Propaga/Competence
2015	R$ 5.999.765,51	Competence
2016	R$ 2.680.926,56	Competence
2017	R$ 4.101.274,83	Competence
2018	R$ 6.577.720,43	Competence/D'Araujo
2019	R$ 10.225.173,59	D'Araujo

Por essa razão, tendo em vista a grande evolução destes gastos e a necessária transparência pública, requer-se a aprovação do presente Projeto de Lei Ordinária.

SALA DAS SESSÕES, EM 14 DE JANEIRO DE 2021

ROBERTO RIVELINO DA CUNHA
VEREADOR - PSDB