

EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

Este Projeto de Lei tem por finalidade obrigar a divulgação dos gastos com publicidade dos órgãos e das entidades dos Poderes Legislativo e Executivo do Município de Porto Alegre. Trata de estabelecer regras de controle externo do Município, uma vez que somente o Executivo gasta mais de R\$ 11 milhões por ano.

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 pela Administração Pública. Deve respeitar o interesse público, tendo apenas caráter educativo, informativo ou de orientação social.

Nesse sentido, somente a publicidade institucional é abarcada por esta Proposição.

É dever do Poder Legislativo de Porto Alegre 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, 21 de agosto de 2013.

VEREADORA FERNANDA MELCHIONNA

VEREADOR PEDRO RUAS

PROJETO DE LEI

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.

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.