



PROJETO DE LEI MUNICIPAL Nº 66, DE 10 de Dezembro de 2018

**"DISCIPLINA E LIMITA OS GASTOS COM
PUBLICIDADE E PROPAGANDA DO
MUNICÍPIO DE IVOTI E DÁ OUTRAS
PROVIDÊNCIAS"**

Art. 1º No exercício, os gastos do Poder Executivo e da Autarquia Água de Ivoti, na área de publicidade e propaganda institucional e de utilidade pública, bem como aquisição de materiais de divulgação, ficam limitados a 0,1% (um décimo por cento) de seus respectivos orçamentos anuais.

Parágrafo único. A limitação de que trata o caput não se aplica às despesas com publicidades obrigatórias por Lei, enquadradas como serviços de publicidade legal.

Art. 2º Do limite estabelecido no artigo 1º não mais que a metade poderá ser destinado ao custeio de serviços e materiais que tenham como enfoque e enquadramento a publicidade institucional.

Art. 3º Despesas com aquisição de materiais de divulgação provenientes de recursos vinculados não será inseridas no percentual limitador disposto nesta Lei.

Art. 4º Uma vez esgotado o limite estabelecido no artigo 1º antes de encerrado o exercício, somente poderão ocorrer despesas com publicidade de utilidade pública, em caráter excepcional, que tenham como objetivo a comunicação com a população por ocasião de situações de emergência, calamidade pública, doenças endêmicas, catástrofes ou causas similares, desde que devidamente justificadas pelo chefe ou diretor dos entes mencionados no referido dispositivo.

Art. 5º As solicitações de empenho envolvendo todas as espécies de gastos com publicidade e propaganda institucionais ou de utilidade pública deverão conter manifestação do solicitante identificando o interesse público da divulgação e os motivos que levaram a escolha da forma da publicidade adotada.

Art. 6º As publicações em jornais e períodos enquadradas como publicidade institucional ou de utilidade pública deverão conter em seu rodapé, em fonte legível, o número do empenho e o valor correspondente à despesa de publicação.



MUNICÍPIO DE IVOTI

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Art. 7º Fica limitada no âmbito do Poder Executivo e da Autarquia Municipal a assinatura de até 05 (cinco) exemplares de cada jornal ou periódico em circulação no Município, observando o interesse público.

Art. 8º Fica vedada a contratação de anúncios, informativos e similares junto a entidades de radiodifusão comunitária, ainda que a título de apoio cultural.

Art. 9º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, com efeitos a partir do exercício de 2019.

MÁRCIO GUTH - Vereador MDB



JUSTIFICATIVA I

Senhor Presidente ,

Considerando a ausência de transparência e de critérios objetivos para a escolha das prestadoras dos serviços de propaganda que são contratadas para publicidade do Município, o que acaba decorrendo um desvio de finalidade, com um crescente gasto de recursos públicos, que ao invés de promover as políticas públicas, muitas vezes objetivam a promoção pessoal de chefes do executivo.

Destaca-se que só nos últimos dois, o valor gasto em publicidade soma mais de RS 130.000,00.

O presente projeto visa limitar os gastos públicos com publicidade e propaganda, para que sejam aplicados em políticas públicas, como educação, saúde e assistência social.

Sobre a publicidade realizada pelos entes públicos, o Tribunal de Contas do Estado emitiu os seguintes entendimentos nos Pareceres nº 50-89 e 50-90, respectivamente:

(...)

Já a publicidade como sinônimo de divulgação de atos administrativos, legislativos ou jurisdicionais não está, nem poderia estar vedada, até mesmo porque numerosos desses atos são de divulgação obrigatória. Outros não são, **cabendo aos poderes públicos julgar da conveniência ou não de dar-lhes publicidade, utilizada aqui a expressão no sentido de comunicá-los ao público. E mesmo nas hipóteses em que a publicidade com caráter não obrigatório é permitida, ainda assim tal divulgação deverá, necessariamente, ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo em nenhuma hipótese ser desvirtuada desses parâmetros, sob pena de caracterizar-se o vício do desvio de finalidade**, o qual conduz, como se sabe, à nulidade do ato e à responsabilização de quem o ordenou. (...)

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. ... ou de incentivo ao turismo, uma vez que essas atividades, além de atraírem divisas,



MUNICÍPIO DE IVOTI

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

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.** Terá caráter misto, informativo-educativo a transmissão radiofônica de sessões legislativas, desde que devidamente amparada em dotações orçamentárias específicas, não induzir à promoção pessoal de um ou alguns parlamentares ou partidos, isto é, quando não for direcionada à louvação direta ou indireta de quem quer que seja. Observa-se que, nas comunidades do interior do Estado, notadamente, é de utilidade para a população o acompanhamento, por esta via, dos trabalhos legislativos. Os critérios da moralidade, razoabilidade e utilidade pública, evidentemente, conformarão os limites a que estão adstritos os ordenadores de despesa.

(...)

Terá, por fim, o sentido de orientação social quando o seu objetivo for o de orientar ou conscientizar a população acerca de fatos e/ou valores relevantes para a comunidade. Assim, v.g. a cidadania, as liberdades públicas, o direito de voto, o patriotismo. **(grifos acrescidos)**

A publicidade está autorizada no parágrafo primeiro do artigo 37 da Constituição. Tem-se, assim, a publicidade obrigatória, em obediência ao princípio da transparência e condição de eficácia de certos atos, como licitações, leis, contratos, que em algumas das vezes pode ser feita pelo Diário Oficial dos Municípios, sem custo aos cofres públicos. Existem, por outro lado, as publicidades facultativas, discricionárias etc., que podem ser levadas a efeito desde que contenham caráter educativo, de orientação social ou informativo e não caracterizem promoção pessoal.

Além do caráter educativo, informativo ou de orientação social, a divulgação deverá ser efetivamente útil à população. No que se refere a utilidade, o Desembargador Irineu Mariani, em seu voto, proferido na Apelação Cível 597112994, julgada em 23/08/98, pela Primeira Câmara Cível, do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, aponta que:

(...) a publicidade tem que ser hábil para educar, informar ou orientar a sociedade, de tal modo que ela, seja qual for o ato, obra ou serviço, não for hábil para cumprir pelo menos uma das finalidades constitucionais, torna-se publicidade ilícita, mesmo que não ocorra a promoção pessoal.

Assim, além do "caráter educativo, informativo ou de orientação social", a publicidade deverá ser , efetivamente, útil à população para que demonstre a existência do interesse público no serviço publicitário prestado. A limitação de gastos com publicidade e



MUNICÍPIO DE IVOTI
ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

propaganda é essencial para não desperdiçar dinheiro público com publicações que não sejam efetivamente úteis.

MÁRCIO GUTH - Vereador MDB