



Câmara Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

PROJETO DE LEI

61

Nº 61
CÂMARA MUNICIPAL
DE RIBEIRÃO PRETO

27.03.17 15:16
DATA HORA

PROCESSO Nº 1407/17
PROTÓCOLO
SENHOR PRESIDENTE

DESPACHO

EM PAUTA PARA RECEBIMENTO DE EMENDAS

Rib. Preto, 28 de MAR 2017.



Presidência

EMENTA

DISPÕE SOBRE A OBRIGATORIEDADE DE DIVULGAÇÃO DE CUSTOS, UNITÁRIO E TOTAL, DE VEICULAÇÃO DE PUBLICIDADE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, PELO PODER PÚBLICO.

Apresentamos à consideração da Casa o seguinte:

Art. 1º. Fica o Poder Público obrigado a divulgar os custos de veiculação de toda a publicidade, propaganda e campanhas institucionais da Administração direta, indireta, fundacional, inserida nos meios de comunicação, inclusive aquelas realizadas por meios próprios.

§ 1º. Nos custos referidos no “caput” deste artigo serão incluídas as despesas relativas à criação, produção e veiculação, quando for o caso, da publicidade, propaganda ou campanha institucional.

§ 2º. A divulgação dos gastos mencionados no § 1º deste artigo, deverá conter, obrigatoriamente, os valores unitário e total da veiculação.

§ 3º. Trimestralmente, a Administração informará à Câmara Municipal a relação dos veículos de comunicação em que houve inserções de publicidade, propaganda e campanha institucional, bem como os respectivos gastos totais.

Art. 2º. A divulgação dos custos obedecerá aos seguintes critérios:

I – Publicidade, propaganda ou campanhas institucionais em jornais e revistas: o tamanho da divulgação dos custos será no mínimo 5% do espaço da publicidade, precedida da seguinte mensagem: “A população de Ribeirão Preto pagou por este anúncio R\$ (valor unitário) e R\$ (valor total)”;

II – Publicidade, propaganda ou campanhas institucionais em rádio: o tempo necessário para a locução da seguinte mensagem: “A população de Ribeirão Preto pagou por este anúncio R\$ (valor unitário) e R\$ (valor total)”;



Câmara Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

III – Publicidade, propaganda ou campanhas institucionais em televisão: cinco segundos para exposição da seguinte mensagem: “A população de Ribeirão Preto pagou por este anúncio R\$ (valor unitário) e R\$ (valor total)”;

IV – Publicidade, propaganda ou campanhas institucionais por meio de panfletos, outdoors, painéis e placas: o tamanho da divulgação dos custos será no mínimo 10% do espaço da publicidade, contendo a seguinte mensagem: “A população de Ribeirão Preto pagou por este anúncio R\$ (valor unitário) e R\$ (valor total)”;

V – Publicidade, propaganda ou campanhas institucionais por meio da rede mundial de computadores: o tamanho da divulgação dos custos será no mínimo 10% do espaço da publicidade, contendo a seguinte mensagem: “A população de Ribeirão Preto pagou por esta veiculação R\$ (valor unitário) e R\$ (valor total)”.

Sala das Sessões, 23 de março de 2017.


MARINHO SAMPAIO
Vereador



Câmara Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

JUSTIFICATIVA

Não são raros, na história pública brasileira, escândalos que desbravam a estreita relação entre política, publicidade e corrupção.

A publicidade oficial tem servido como instrumento de corrupção. Isto porque, a publicidade é um trabalho intelectual muito difícil de se atribuir um valor e isto facilita os superfaturamentos dos contratos entre órgãos públicos e agências ou veículos de comunicação e por consequência, os desvios de dinheiro.

São trabalhos pouco concretos que muitas vezes envolvem subcontratações de serviços como vídeo, trilha sonora, fotografia, diagramação, o que facilita a fraude.

Outro fator que contribui para obstaculizar a identificação de fraude é a falta de transparência sobre os critérios técnicos utilizados pelas agências de propaganda ou veículos de comunicação.

Os critérios técnicos, tais como alcance de circulação, audiência e qualidade, são desconsiderados, abrindo brecha para contratações de toda ordem na prática do publicismo, ou seja, a propaganda ou campanhas publicitárias institucionais disfarçadas de notícia.

Deste modo, as verbas publicitárias oficiais por agências ou veículos de comunicação entram em esquemas que não apontam a real destinação e o correto uso do dinheiro público.

Tendo isso em vista, o objetivo desta propositura é caucionar maior transparência dos gastos públicos com publicidade, propaganda e campanhas institucionais. Na prática, o Executivo estará obrigado a demonstrar nos próprios anúncios os valores gastos com cada publicação.

Com isso, a publicação dos valores pagos a órgãos de imprensa e comunicação pelo poder público nos próprios anúncios possibilitará a fiscalização e comparação dos valores demonstrados com os efetivamente pagos, pela Prefeitura.

Assim, os cartazes, outdoors, jornais, revistas, rádios, tvs, sites ou seja, toda a comunicação oficial transmitida em qualquer mídia terá que ter os custos divulgados para cada publicação, desde a criação da peça publicitária até a veiculação.

A obrigatoriedade imposta neste projeto de Lei é fácil de se colocar em prática e não gera custos adicionais aos cofres públicos.

Em face do exposto, encaminho o tema a esta Câmara Municipal, pleiteando a apreciação dos Nobres Edis para aprovação.