

PARECER Nº 1102/2013 DA COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 387/2009

O presente projeto de lei, de autoria do Vereador Floriano Pesaro, acrescenta parágrafo único ao art. 21 da Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, que estabelece normas sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo, com o objetivo de reservar espaço nos anúncios publicitários para veiculação de assuntos de interesse social.

Segundo a justificativa, a mencionada lei, conhecida como Lei Cidade Limpa, carece de importantes complementações, como é o caso da regulamentação de que trata seu art. 21, ou seja, da disciplina dos anúncios publicitários que dependem de lei específica de iniciativa do Poder Executivo.

De acordo com a justificativa do autor, o projeto visa traçar parâmetros para que o Poder Executivo, ao propor o projeto de lei específica, leve em conta a veiculação de assuntos de interesse social, sem prejuízo da publicidade de natureza comercial, inclusive como forma de exercício da responsabilidade social dos anunciantes, com temas tais como o combate à exploração ao trabalho infantil ou a educação para a cidadania, para o trânsito e para a proteção ao meio ambiente.

A Comissão de Finanças e Orçamento solicitou informações ao Executivo, entre os questionamentos está a opinião do Executivo sobre a matéria – folhas 36 a 42.

“A proposta do nobre vereador é louvável e muito pertinente. No entanto, tal proposta, s.mj., está contemplada pela Lei nº 15.465/2011, em especial nos seus artigos 2º e 5º.” (fl.36)

“... Em complemento... cumpre informar que nas minutas de contrato da concessão dos abrigos e dos relógios, foi incluída a seguinte cláusula:

‘A Concessionária deverá disponibilizar 5% (cinco por cento) da área de publicidade que estiver ociosa nos mobiliários urbanos (abrigos e relógios), destinada à divulgação de mensagens institucionais, por ocasião de campanhas para informações e conteúdos de interesse público e coletivo, oriundos dos órgãos competentes da Prefeitura de São Paulo.’

Por outro lado, trata-se de matéria que, a partir de agora, passa a ter repercussão econômica sobre o objeto das licitações em curso. O percentual estabelecido para a divulgação das mensagens institucionais foi fixado com base nos estudos econômicos elaborados pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE/USP, de forma a não comprometer o equilíbrio econômico-financeiro dos futuros contratos de concessão. (fl. 39)

Dessa forma, complementamos que a publicidade, definida no “caput” dos artigos 2º e 5º, de modo a esclarecer que terão caráter educativo, informativo ou de orientação social, priorizando informações voltadas para temas de relevante interesse social, como proteção às crianças e adolescentes, ao meio ambiente, ao idoso, à saúde e à incolumidade pública, às pessoas com deficiência, prevenção e combate de atos discriminatórios, educação para a Cidadania e Trânsito, e Segurança Pública, entre outros temas de interesse da cidade, a serem definidos pelo Poder Concedentes.

Quanto ao aspecto financeiro, nada há a opor à propositura, visto que a Concessionária deverá disponibilizar 5% (cinco por cento) da área de publicidade que estiver ociosa nos mobiliários urbanos (abrigos e relógios), destinada à divulgação de mensagens institucionais, por ocasião de campanhas para informações e conteúdos de interesse público e coletivo, e o projeto prevê que as despesas de sua execução serão cobertas por dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.”

Favorável, portanto, é o parecer. Todavia, tendo em vista a aprovação da Lei 15.465/2011, adequar a ideia do projeto a lei específica, ao art. 21 da Lei . Em vista disso, apresenta-se o seguinte substitutivo:

SUBSTITUTIVO Nº , AO PL Nº 387/2009

“Acrescenta parágrafos aos art. 2º e 5º da Lei nº 15.465, de 18 de outubro de 2011, que Dispõe sobre a outorga e a gestão de concessão, visando a criação, confecção, instalação e manutenção de relógios eletrônicos digitais de tempo, temperatura, qualidade do ar e outras informações institucionais, bem como de abrigos de parada de transporte público de passageiros e de totens indicativos de parada de ônibus, com exploração publicitária.”

A Câmara Municipal do São Paulo D E C R E T A:

Art. 1º Os artigos 2º e 5º da Lei nº 15.465, de 18 de outubro de 2011, passam a vigorar acrescido de parágrafos com a seguinte redação:

“Art. 2º

.....
.....

§ 1º A publicidade nos relógios eletrônicos digitais, definida no “caput” do art. 2º, deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, priorizando informações voltadas para temas de relevante interesse social.

§ 2º São considerados temas de relevante interesse social:

- I- Proteção às crianças e adolescentes;
- II- Proteção ao meio ambiente;
- III- Proteção ao idoso;
- IV- Proteção à saúde e à incolumidade pública;
- V- Prevenção e combate de atos discriminatórios;
- VI – Educação para a Cidadania;
- VII – Educação para o trânsito;
- VIII – Proteção às pessoas com deficiência;
- IX – Segurança Pública;
- X- outros temas de interesse da cidade, a serem definidos pelo Poder Concedente;

§ 3º Será reservado no mínimo 5% do espaço publicitário para as mensagens de relevante interesse social, definidas no § 2º deste artigo.

“Art. 5º

.....
.....

§ 1º A publicidade nas estações de embarque e desembarque, os abrigos de parada de transporte público de passageiros e os totens indicativos de parada de ônibus (pontos de parada de ônibus), definida no “caput” do art. 5º, deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, priorizando informações voltadas para temas de relevante interesse social.

§ 2º São considerados temas de relevante interesse social:

- I- Proteção às crianças e adolescentes;
- II- Proteção ao meio ambiente;
- III- Proteção ao idoso;
- IV- Proteção à saúde e à incolumidade pública;
- V- Prevenção e combate de atos discriminatórios;
- VI – Educação para a Cidadania;
- VII – Educação para o trânsito;
- VIII – Proteção às pessoas com deficiência;
- IX – Segurança Pública;
- X- outros temas de interesse da cidade, a serem definidos pelo Poder Concedente;

§ 3º Os espaços reservados à veiculação mencionada no § 2º, ficará a cargo do poder concedente, que analisará a necessidade dos totens indicativos, observando o disposto no parágrafo único do art. 8º da Lei 15.465 de 18 de outubro de 2011.

§ 4º Será reservado no mínimo 5% do espaço publicitário para as mensagens de relevante interesse social, definidas no § 2º deste artigo.”

Art. 2º O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 60 (sessenta) dias a contar da data de sua publicação.

Art. 3º As despesas decorrentes da execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas, se necessário.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala da Comissão de Finanças e Orçamento, em 19/06/2013

Roberto Tripoli – PV – Presidente

Paulo Fiorilo – PT - Relator

Adilson Amadeu – PTB

Aurélio Nomura – PSDB

Jair Tatto – PT

Marta Costa – PSD

Milton Leite – DEM

Ricardo Nunes – PMDB

PUBLICADO DOC 25/06/2013, pág. 89

RETIFICAÇÃO:

Na publicação havida no Diário Oficial de 22/06/2013, página 88, coluna 3ª leia-se como segue e não como constou:

COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO

De acordo com o disposto no artigo 46, inciso X, e artigo 82, da Resolução n.º 2, de 26 de abril de 1991 (Regimento Interno), comunicamos que está aberto o prazo de recurso por 5 (cinco) sessões ordinárias, a partir desta data, para o projeto abaixo relacionado:

PL 0387/2009 – Vereador Floriano Pesaro

Parecer n.º 900/2009 da Comissão de Constituição, Justiça e Legislação Participativa publicado no DOC de 17/09/09, página 87, coluna 3ª.

Parecer n.º 1312/2009 da Comissão de Política Urbana, Metropolitana e Meio Ambiente publicado no DOC de 06/11/09, página 81, coluna 4ª.

Parecer n.º 274/2011 da Comissão de Administração Pública publicado no DOC de 12/05/2011, página 123, coluna 1ª.

Parecer n.º 1102/2013 da Comissão de Finanças e Orçamento publicado no DOC de 21/06/2013, página 118, coluna 1ª.