



CÂMARA MUNICIPAL DE ITUVERAVA

Estado de São Paulo



PROJETO DE LEI Nº 018/26

“Dispõe sobre a obrigatoriedade de divulgação do valor gasto com publicidade oficial nos anúncios veiculados pela Prefeitura Municipal, Câmara Municipal de Ituverava bem como todos os órgãos e entidades integrantes da Administração Pública Municipal, direta e indireta, inclusive autarquias, fundações públicas, empresas públicas e sociedade de economia mista.”

Art. 1º Os Poderes Executivo e Legislativo do Município de Ituverava, bem como todos os órgãos e entidades integrantes da Administração Pública Municipal direta e indireta, inclusive autarquias, fundações públicas, empresas públicas e sociedades de economia mista, ficam obrigados a informar, de forma clara, ostensiva e legível, em toda publicidade oficial, institucional ou de utilidade pública, o valor total do custo do anúncio, da peça publicitária ou da campanha veiculada, independentemente do meio de comunicação utilizado.

Parágrafo único. Para os fins desta Lei, considera-se publicidade oficial toda forma de divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos municipais, veiculada por meio de:

I – jornais, revistas e demais publicações impressas;

II – emissoras de rádio;

III – emissoras de televisão;

IV – sítios eletrônicos, portais de notícias, blogs, redes sociais e demais plataformas digitais;

V – painéis publicitários, outdoors, busdoors, mobiliário urbano e demais meios de comunicação visual.

Art. 2º A informação do valor do custo do anúncio deverá ser apresentada de forma clara, legível e ostensiva, observando-se as seguintes especificações:

I – na publicidade veiculada em mídia impressa, a informação constará ao final do texto do anúncio, em fonte de tamanho não inferior a 30% (trinta por cento) do tamanho da fonte utilizada no corpo principal do texto;



CÂMARA MUNICIPAL DE ITUVERAVA

Estado de São Paulo



II – na publicidade veiculada em rádio, a informação será mencionada ao final da peça publicitária, de forma audível e compreensível;

III – na publicidade veiculada em televisão e em plataformas digitais de vídeo, a informação constará ao final da peça publicitária, de forma audível e, preferencialmente, também por meio de texto na tela;

IV – na publicidade veiculada em mídias digitais estáticas (texto ou imagem), a informação constará ao final do conteúdo publicado.

Art. 3º O valor a ser informado corresponderá à soma de todos os custos diretos e indiretos do anúncio, incluídos, quando houver, os valores de criação, produção, locução e veiculação em cada meio de comunicação.

Art. 4º O descumprimento do disposto nesta Lei sujeitará o agente público responsável, sem prejuízo das demais sanções legais e administrativas cabíveis, à aplicação de multa no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) por anúncio veiculado em desacordo com as exigências legais, a ser recolhida aos cofres do Município, atualizada anualmente pelo IPCA-E ou índice oficial que o substituir.

§ 1º Em caso de reincidência, o valor da multa será aplicado em dobro.

§ 2º Considera-se reincidente o agente público que, após decisão administrativa irrecurável que tenha reconhecido infração anterior, praticar nova infração no prazo de 12 (doze) meses.

Art. 5º Constatada a aplicação de três multas ao mesmo agente público, pelo descumprimento do disposto nesta Lei, no período de 12 (doze) meses, a autoridade administrativa competente fica obrigada a, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, oficiar o Ministério Público do Estado de São Paulo, encaminhando cópia integral dos respectivos processos administrativos e demais documentos pertinentes, para as providências que entender cabíveis.

Parágrafo único. O disposto no *caput* não obsta o encaminhamento de expediente ao Ministério Público a qualquer tempo, quando verificados indícios de dolo ou de outras irregularidades pelo órgão de controle interno.

Art. 6º As despesas decorrentes da execução desta Lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 7º Esta Lei entra em vigor 60 (sessenta) dias após a data de sua publicação oficial.



CÂMARA MUNICIPAL DE ITUVERAVA
Estado de São Paulo



Câmara Municipal de Ituverava, 12 de maio de 2026

Eugenio Luiz de Paula
Vereador



CÂMARA MUNICIPAL DE ITUVERAVA

Estado de São Paulo



JUSTIFICATIVA

I – DA COMPETÊNCIA E INICIATIVA PARLAMENTAR

A proposição ampara-se no artigo 30, incisos I e II, da Constituição Federal, que reserva aos Municípios a competência para legislar sobre assuntos de interesse local e suplementar a legislação federal e estadual.

A iniciativa parlamentar é legítima, pois o projeto não invade a esfera privativa do Chefe do Poder Executivo: não cria cargos, não altera a estrutura da Administração e não dispõe sobre regime jurídico de servidores. A matéria insere-se no campo da transparência e do controle social, que, conforme a tese firmada pelo Supremo Tribunal Federal no Tema 917 de Repercussão Geral (ARE 878.911), pode ser objeto de lei de origem legislativa, ainda que acarrete obrigações e despesas pontuais. O Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, em reiterados julgados, também reconhece a constitucionalidade de leis municipais semelhantes.

II – DOS FUNDAMENTOS CONSTITUCIONAIS E LEGAIS

O projeto concretiza o princípio da publicidade, inscrito no artigo 37, *caput*, da Constituição Federal, e atende ao comando de transparência ativa da Lei de Acesso à Informação (Lei Federal nº 12.527/2011).

A divulgação do custo da publicidade no próprio anúncio empodera o cidadão, permitindo-lhe fiscalizar diretamente a economicidade do gasto público, em consonância com o artigo 70 da Carta Magna. A medida também complementa as normas gerais de licitação de serviços de publicidade (Lei Federal nº 12.232/2010) e a Lei de Responsabilidade Fiscal, que exigem ampla divulgação dos atos de gestão fiscal.

III – DA SISTEMÁTICA DE SANÇÕES E DA COMUNICAÇÃO AO MINISTÉRIO PÚBLICO

O art. 4º estabelece multa de R\$ 1.000,00 por anúncio irregular, valor razoável e proporcional, com atualização anual pelo índice oficial e previsão de duplicação para reincidentes, criando um incentivo concreto ao cumprimento da lei.

O art. 5º é o núcleo inovador e prudente do projeto. Após a terceira sanção administrativa irrecurável em 12 meses, a autoridade municipal fica obrigada a comunicar o fato ao Ministério Público do



CÂMARA MUNICIPAL DE ITUVERAVA

Estado de São Paulo



Estado de São Paulo. Não se trata de definir improbidade administrativa – matéria privativa da Lei Federal nº 8.429/1992 e da apreciação do órgão ministerial –, mas sim de estabelecer um dever objetivo de comunicação. A habitualidade na conduta infratora, revelada por três multas em um ano, é um indício robusto de que a simples via administrativa se mostrou insuficiente, justificando o acionamento do controle externo, a quem caberá, com independência funcional, avaliar a presença de dolo e as medidas cabíveis. O parágrafo único preserva a possibilidade de comunicação imediata, a qualquer tempo, quando o órgão de controle interno identificar indícios de dolo ou outras irregularidades.

IV – DO IMPACTO E DA VIABILIDADE

A medida não gera custos significativos, pois apenas agrega uma informação ao material publicitário que já é pago com recursos públicos. Sua implementação é simples, e o ganho em transparência e controle social é inestimável. Em tempos de cobrança crescente por responsabilidade fiscal, Ituverava dá um passo concreto para se tornar referência em transparência pública.

Diante do exposto, conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação desta importante iniciativa, que fortalece a cidadania e a boa gestão dos recursos municipais.

Câmara Municipal de Ituverava, 12 de maio de 2026



Eugenio Luiz de Paula
Vereador