

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO N ° , DE 2013
(Do Sr. Antonio Imbassahy)

Solicita informações à
Excelentíssima Senhora Ministra da
Secretaria de Comunicação social
Helena Chagas sobre a distribuição
de verbas publicitárias do governo na
rede mundial de computadores.

Senhor Presidente,

Com fundamento no art. 50, § 2º, da Constituição Federal, arts. 24, inciso V e § 2º, 115, 116, e 226, inciso II, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, requeiro a Vossa Excelência, sejam solicitadas à Excelentíssima Ministra da Secretaria de Comunicação Social Helena Chagas, as informações na forma abaixo discriminadas:

1. Quais os critérios adotados para a contratação de blogs e sites com o fim de divulgar a publicidade do governo federal na web e outros objetivos?
2. Qual a modalidade de licitação adotada para a contratação dos blogs e sites, beneficiados com verbas públicas em 2012 e 2013? Solicito cópias de todos os contratos firmados com os sites e blogs que receberam verbas de publicidade do governo federal em 2012 e 2013

3. Fornecer a relação completa, por Estado, dos sites e blogs que foram contemplados com recursos públicos destinados à publicidade do governo nos anos de 2012 e 2013, discriminando os portais, gastos totais, percentuais, e índice de audiência por visualizações.
4. Qual o montante que o Governo pretende gastar em publicidade na Web em 2013 e quais os sites e blogs que foram beneficiados com esses recursos até a presente data? Definir, justificadamente, o critério de distribuição desses recursos?

JUSTIFICAÇÃO

Recentemente, pela primeira vez, o governo federal divulgou a relação dos 20 sites que mais receberam verbas publicitárias na internet brasileira em 2012. O governo gastou com propaganda na Web o montante de R\$ 95,6 milhões, representando 5,32% dos gastos totais com publicidade.

Para a distribuição das verbas publicitárias entre sites e blogs o Ministério das Comunicações considerou a audiência como "*o principal critério norteador*". Contudo, em comparativo feito pela Folha de São Paulo utilizando números do Ibope, do valor que os 20 endereços virtuais, entre sites e blogs receberam em 2012, e a audiência que cada um deles de fato possui, verifica-se, claramente, uma distorção desse critério.

Em recente entrevista ao blog “*Vi o Mundo*” a Ministra Helena Chagas (Comunicação Social) afirmou o seguinte: "*nosso interesse na audiência é levar a nossa mensagem a um número máximo de pessoas. Até hoje não surgiu um critério mais eficiente em relação a esse objetivo*".

principal, que é dar acesso a todos os brasileiros a esta mensagem, do que o critério da mídia técnica",

Segundo a lista divulgada pelo “Vi o Mundo”, o portal Terra recebeu o maior volume de recursos do governo, com R\$ 9,8 milhões em 2012, seguido de UOL com R\$ 9,7, MSN com R\$ 9 milhões, IG com R\$ 5,7 milhões e Yahoo com R\$ 4,9 milhões.

Com a divulgação desses dados, alguns fatos chamam a atenção na distribuição dos recursos. Da análise dos dados percebe-se que alguns sites e blogs com audiência bem menores receberam mais verbas do governo que os líderes de audiência no Brasil, como o *Facebook* e o *Google*. O portal Terra, por exemplo, recebeu 10,27 %, enquanto que o Facebook recebeu 3,55%, do total destinado à propaganda do Governo na internet em 2012.

Segundo o UOL, *“um critério político parece também desequilibrar a balança com o dinheiro estatal. Páginas com viés ideológico de esquerda, como ‘Carta Maior’, ‘Conversa Afiada’ e ‘Ópera Mundi’ (este, parceiro de conteúdo do UOL), foram contratados com um dinheiro público que não corresponde à quantidade de pessoas que acessam seu conteúdo”*.

Na acima citada entrevista, a ministra Helena Chagas falou, em *“descentralização das verbas”*, porém os 20 sites e blogs que mais receberam dinheiro público concentram 69,32% das verbas destinadas para a publicidade.

Desta forma, Senhor presidente, em face da importância do tema e do volume de recursos destinados pelo Governo Federal à publicidade na

web é mister indagar às autoridades governamentais sobre as questões que envolvem os critérios adotados para a distribuição das verbas de publicidade na Internet, de modo a contribuir para a eficiência e moralidade na administração pública, em atendimento aos preceitos constitucionais.

Sala das Sessões, em de de 2013.

Deputado Antonio Imbassahy
(PSDB-BA)