

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÕES Nº 2014

(Do Senhor Arolde de Oliveira)

Requeiro informações do Ministro das Comunicações acerca dos dispêndios financeiros decorrente da campanha publicitária de divulgação da nova logomarca da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos.

Senhor Presidente,

Nos termos do artigo 50 da Constituição Federal, e dos artigos 115 e 116 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, ouvida a Mesa, requeiro que sejam solicitadas informações ao Senhor Ministro das Comunicações no sentido de esclarecer esta Casa sobre os dispêndios financeiros decorrentes da campanha publicitária de divulgação da nova logomarca da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos.

JUSTIFICAÇÃO

Considerando que a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT, criada na forma de empresa estatal está vinculada ao Ministério das Comunicações e que é da competência do Ministério das Comunicações realizar a supervisão e o acompanhamento da ECT, assim como analisar suas propostas para implantação de novos serviços postais, cabendo igualmente ao Ministério monitorar a expansão do serviço postal básico prestado à sociedade;

Considerando que os requerimentos de informação a pedido de parlamentar poderão referir-se a ato ou fato, na área de competência do Ministério, incluídos os órgãos ou entidades da administração pública indireta sob sua supervisão, como no caso da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT, é que apresentamos o presente requerimento;

Reconhecendo que a fiscalização e o controle do Congresso Nacional, de suas Casas ou Comissões é exercido, entre outras, pela

correspondente resposta obtida por meio do requerimento de informações aos Ministros de Estados, os quais tem o dever legal, sob pena de incorrer em crime de responsabilidade, de apresenta-las no prazo de trinta dias, cuidando sempre para que o seu conteúdo seja fidedigno;

Observado que recentemente a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT promoveu grandiosíssimo programa de divulgação da renovação da marca, com especial destaque em vários meios de comunicação impressa, no qual citamos como exemplo o jornal O Globo, O Dia, Correio Brasiliense, entre outros e que a campanha publicitária que foi realizada com esse especial fim, aparentemente demonstrou um ambicioso projeto de veiculação da nova marca, com investimentos expressivos que parecem desvirtuar o caráter meramente informativo e impessoal das manifestações da administração pública, requeiro que o Senhor Ministro das Comunicações responda os seguintes questionamentos.

- Qual empresa foi encarregada e quanto recebeu para criar a nova marca da ECT? Qual foi o critério para a escolha dessa empresa?
 - Quais foram os veículos de comunicação, assim nominalmente qualificados (eventos, revistas, jornais, Tvs, Sites, outdoors, etc), que foram usados para essa campanha publicitária de divulgação da nova marca da ECT?
 - Qual foi o critério usado para a escolha das empresas publicitárias encarregadas dessas divulgações em geral?
 - Qual foi o montante total investido nessa campanha publicitária, desde a criação da marca até a sua consequente força de divulgação, especificando os valores por órgãos de veiculação

Sala das Sessões de de 2014

**Deputado AROLDE DE OLIVEIRA
PSD/RJ**