

COMISSÃO DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE

REQUERIMENTO DE CONVOCAÇÃO Nº DE (do Sr. JOSÉ RAJÃO)

Solicita seja convocado o Sr. Ministro-Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica para prestar esclarecimentos sobre contratos de publicidade e outras atividades em desenvolvimento no âmbito da Secretaria relativas à comunicação e divulgação social do Governo e de implantação de programas informativos.

Senhor Presidente:

Requeiro a V. Exa., com fundamento no art. 50, da Constituição Federal, combinado com o art. 219, § 1º, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, que, ouvido o plenário, se digne a adotar as providências necessárias à convocação do Sr. Ministro-Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica para prestar esclarecimentos sobre contratos de publicidade, incluindo recursos disponíveis para 2003, critérios para contratação de serviços e campanhas a serem realizadas, e sobre outras atividades em desenvolvimento no âmbito da Secretaria relativas à comunicação e divulgação social do Governo e de implantação de programas informativos.

JUSTIFICAÇÃO

Foi publicado no jornal “Folha de São Paulo” de 10 de agosto de 2003, matéria sob o título “União abre licitação para mais R\$ 232 milhões – Publicidade oficial – Propaganda de empresas será disputada por agências que já cuidam da imagem do governo federal”, segundo a qual: “(...) As agências Duda Mendonça, Lew, Lara e Matisse venceram a licitação e farão a publicidade institucional do governo federal nos próximos 12 meses. Entre as vencedoras, duas (Duda Mendonça e Matisse) são comandadas por ex-

marqueteiros do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (Duda Mendonça e Paulo de Tarso Santos). O valor do contrato é de R\$ 150 milhões.” (...) O governo federal coloca em disputa neste mês o controle de R\$ 232 milhões em contratos de publicidade de três empresas da administração indireta. (...) No mercado publicitário, há avaliações bastante divergentes sobre o resultado da licitação da SECOM (Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica). (...) Existe no entanto, quem aposte em uma divisão mais equilibrada da verba, fruto de pressões das três vencedoras. Os adeptos dessa tese argumentam que o modelo de licitação “genérica” (sem comprometimento temático), adotado pelo governo, é positivo porque deixa as agências menos acomodadas, mas funciona melhor quando há relativa harmonia entre elas. Do contrário, nenhuma aceitaria faturar menos.”

Sala das Comissões, em de de

JOSÉ RAJÃO
Deputado - PSDB/DF