

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº , DE 2020

(Do Sr. MARCELO CALERO)

Requer informações da Secretaria de Governo a respeito dos gastos com peças e ações publicitárias.

Senhor Presidente:

Requeiro a V. Ex^a., com base no art. 50 da Constituição Federal, e na forma dos arts. 115 e 116 do Regimento Interno que, ouvida a Mesa, sejam solicitadas informações ao Ministro-Chefe da Secretaria de Governo, Sr. Luiz Eduardo Ramos Baptista Pereira, no sentido de esclarecer esta Casa quanto aos gastos realizados pelo atual governo com peças e ações publicitárias.

JUSTIFICAÇÃO

A publicidade governamental é instrumento de extrema importância na difusão de informações educativas e de interesse social junto à população. O governo federal, de posse de uma ampla rede de canais de rádio e TV espalhados pelo território nacional, bem como de vasta dotação orçamentária destinada para programas publicitários, está unicamente equipado para levar a cada cidadão informações confiáveis e relevantes a todo momento. Essa característica mostra-se especialmente útil em momentos de calamidade pública e grande comoção social, em que muitas vezes a sociedade precisa enfrentar não somente o fato ou fenômeno que originou a calamidade em si, mas deve travar ainda uma verdadeira batalha contra a ignorância e a desinformação que circula nos meios de comunicação.

A pandemia mundial do COVID-19 apresenta-se como um desses momentos cruciais em que cabe ao Estado tomar a iniciativa de educar



* C 0 2 0 6 0 9 2 1 4 3 8 0 0 *

seus cidadãos, propagando conhecimento e ao mesmo tempo desmistificando boatos e notícias falsas de forma contundente, sob pena de colocar as vidas de milhões de cidadãos em risco.

Nas últimas semanas, temos notícia de ao menos três diferentes slogans que orientaram as ações publicitárias do governo federal em sua campanha de divulgação de informações para enfrentamento do novo coronavírus. Primeiro, surgiu a campanha “O Brasil não pode parar”, a qual foi objeto de análise pelo ministro do STF Luís Roberto Barroso, que concedeu pedido liminar para vedar a produção e circulação, por qualquer meio, da campanha. Na sequência, veio campanha com o mote “ninguém fica para trás”, a qual foi seguida pouco tempo depois por outra ação com o slogan “juntos somos mais fortes”. Tamanha profusão de slogans e campanhas mostra, por um lado, a preocupação do governo em orientar a sociedade a respeito da pandemia que se alastrá, mas também evidencia, por outro, o despreparo e falta de conhecimento para lidar com a doença que permeiam o próprio executivo federal.

Ademais, o acompanhamento das atividades e dos gastos governamentais com publicidade e propaganda é importante tarefa contida no rol de competências do poder legislativo, que deve desempenhá-la com seriedade e de forma contínua, independentemente da situação em que o país se encontre, quanto mais em momentos de turbulência social acompanhada de grande esforço de comunicação do governo, sob pena de que se percam dados centrais no diagnóstico do setor ao longo do tempo.

O acompanhamento dos gastos do governo federal com publicidade era de responsabilidade do Instituto de Acompanhamento da Publicidade (IAP), entidade paraestatal que atuou até março de 2017, quando suas atividades foram encerradas. Hoje, não há entidade responsável por realizar esse acompanhamento, o que dificulta sobremaneira a fiscalização desses dispêndios pelo legislativo. Assim, não nos resta alternativa a não ser solicitar informações diretamente aos responsáveis pelos gastos.

Ante o exposto, gostaríamos que essa Secretaria de Governo encaminhasse a esta Casa o seguinte:



1. Relação de todas as ações de publicidade do governo, de monitoramento de redes sociais e de impulsionamento de conteúdo, bem como a relação das empresas terceirizadas que fizeram esses trabalhos, a partir de 01/01/2019;

2. Relação de todas as empresas com as quais a Secom e a Secretaria de Governo mantêm contrato;

3. Relação de todos os artistas e personalidades que tenham participado de peças e ações publicitárias do governo, os respectivos valores pagos (a título de cachê ou participação), e quem realizou o pagamento (se o próprio Governo, por meio da Secom, ou se por meio de empresa terceirizada ou contratada), a partir de 01/01/2019.

Sala das Sessões, em _____ de _____ de 2020.

Deputado MARCELO CALERO

Documento eletrônico assinado por Marcelo Calero (CIDADANIA/RJ), através do ponto SDR_56313, na forma do art. 102, § 1º, do RICD c/c o art. 2º, do Ato da Mesa n. 80 de 2016.



* C D 2 0 6 0 9 2 1 4 3 8 0 0 *