



REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO N.º DE 2021
(Da Comissão de Fiscalização Financeira e Controle)

Solicita informações ao Ministério da Saúde sobre a contratação de R\$ 1,3 milhão de influenciadores digitais para defender “atendimento precoce” do Covid-19

Senhor Presidente,

Solicita-se a Vossa Excelência, com fundamento no art. 50 da Constituição Federal e na forma dos arts. 115 e 116 do Regimento Interno desta Casa, ouvida a Mesa, que sejam solicitadas, ao Ministério da Saúde, as seguintes informações:

- i. a contratação de R\$ 1,3 milhão de influenciadores digitais para defender “atendimento precoce” do Covid-19.

Incumbe salientar que as informações solicitadas decorrem da aprovação do **Requerimento nº 17/2021 – CFFC** (cópia anexa), de autoria do Deputado Leo de Brito (PT/AC), aprovado pelo plenário desta Comissão, com subscrição do Deputado Jorge Solla, em reunião extraordinária do dia 07/04/2021.

Sala da Comissão, 07 de abril de 2021.

Deputado Áureo Ribeiro
Presidente





ANEXO

REQUERIMENTO Nº 17 , DE 2021

(Do Sr. Deputado LEO DE BRITO)

Solicita informações ao Ministério da Saúde sobre a contratação de R\$ 1,3 milhão de influenciadores digitais para defender “atendimento precoce” do Covid-19

Senhor Presidente,

Requeiro a Vossa Excelência com base no art. 50, § 2º, da Constituição Federal e arts. 115 e 116 no Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD), sejam solicitadas informações ao Ministério da Saúde sobre a contratação de R\$ 1,3 milhão de influenciadores digitais para defender “atendimento precoce” do Covid-19.

JUSTIFICAÇÃO

Em 31.03.2021 o Jornal o UOL1 anunciou um gasto de R\$ 1,3 milhão dos cofres do governo federal foram utilizados para pagar ações de marketing com influenciadores sobre a covid-19. O valor foi investido pelo Ministério da Saúde e pela Secretaria de Comunicação (Secom) e inclui R\$ 85,9 mil destinados ao cachê de 19 “famosos” contratados para divulgar estas campanhas em suas redes sociais.

Segundo a notícia, em janeiro deste ano, a Secom contratou quatro influenciadores, que receberam um montante de R\$ 23 mil para falar sobre “atendimento precoce”. A verba saiu de um investimento total de R\$ 19,9 milhões da campanha publicitária denominada “Cuidados Precoces Covid-19”.

A ex-BBB Flávia Viana recebeu, sozinha, R\$ 11,5 mil, segundo os documentos obtidos. No roteiro da ação, obtido pela Agência Pública através de um





pedido via Lei de Acesso à Informação (LAI), a Secom orientava a ex-BBB Viana e os influenciadores João Zoli (747 mil seguidores), Jéssika Taynara (309 mil seguidores) e Pam Puertas (151 mil seguidores) a fazer um post no feed e seis stories — todos no Instagram — dizendo para os seguidores que, caso sentissem sintomas da covid, era "importante que você procure imediatamente um médico e solicite um atendimento precoce".

Ocorre que os termos “tratamento precoce” e “atendimento precoce” se confundem e, aparentemente, conduzem a população à automedicação com cloroquina e ivermectina, por exemplo, para combater os sintomas de Covid-19. Essa confusão entre os referidos termos, também ocorreu no discurso do ex-ministro da Saúde, Eduardo Pazuello. No dia 18 de janeiro deste ano, ele negou ter recomendado “tratamento precoce” à população, afirmando que o que era recomendado pelo Ministério era o “atendimento precoce” – o que não é verdade.

Um ofício enviado pelo Ministério da Saúde à Secretaria de Saúde de Manaus em 7 de janeiro – na semana em que os influenciadores faziam suas postagens no Instagram – previa uma visita de técnicos do Ministério para difundir e aprovar “o tratamento precoce como forma de diminuir os internamentos e óbitos decorrentes da doença” e ressaltava “a comprovação científica sobre o papel das medicações antivirais orientadas pelo Ministério da Saúde.”

Por todo o exposto, tendo em vista que o tratamento precoce comprovadamente aumenta as chances de recuperação e diminui a ocorrência de casos mais graves e, conseqüentemente, o número de internações, faz-se necessário a busca de mais informações do Ministério da Saúde para que informe qual o motivo dessa contratação de “influenciadores digitais” para a divulgação de defesa do tratamento precoce.

Sala das Sessões, em 1º de abril de 2021.

Deputado LEO DE BRITO (PT/AC)

