

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº , DE 2004
(Do Sr. GEDDEL VIEIRA LIMA)

Solicita informações ao Sr. Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República sobre as empresas de publicidade que prestam serviços ao Governo Federal e campanhas publicitárias por elas realizadas.

Senhor Presidente,

Requeiro a Vossa Excelência, com fundamento no art. 50 da Constituição Federal e na forma dos arts. 115 e 116 do Regimento Interno, que, ouvida a Mesa, sejam solicitadas ao Sr. Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão informações sobre as empresas de publicidade que prestam serviços ao Governo Federal e campanhas publicitárias por elas executadas, tendo em vista a realização, por parte do Poder Executivo, de crescentes despesas com Comunicação Social em período próximo das eleições municipais.

Assim, requeiro sejam prestadas informações sobre os seguintes questionamentos:

- 1) Que empresas de publicidade detêm as contas dessa Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica e dos demais órgãos federais da administração direta, indireta e autarquias?
- 2) Quais foram as campanhas publicitárias realizadas no período compreendido entre 1º/08/2004 a 1º/11/2004 pelo Governo Federal, em especial as veiculadas pela Secom, Ministério da Saúde, Ministério da Educação, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil e Petrobras? Especificar quais foram de utilidade pública, mercadológica e institucional. Quanto a este item, ainda:
 - 2.1) Cópia de todas as peças de TV e *outdoors/backlights* veiculados pela Secom, Ministério da Saúde, Ministério da Educação, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil e Petrobras. Citar a identificação que consta nas claquetes de cada um dos filmes enviados às emissoras.
 - 2.2) A indicação das premissas, objetivos e oportunidade para a realização das campanhas.
 - 2.3) As justificativas e razões mercadológicas, no caso do Banco do Brasil, da Petrobras, da Caixa Econômica Federal e as razões e justificativas epidemiológicas, no caso do Ministério da Saúde, para os filmes veiculados no período de 1º/08/2004 a 1º/11/2004, por praça.
 - 2.4) A especificação do público para o qual foi dirigida cada campanha.
 - 2.5) A indicação da região do País em que cada uma foi veiculada.
- 3) Quais foram os gastos com as campanhas? Detalhar os custos de acordo com os seguintes itens: criação e produção das peças; mídia (por veículo e emissora); não-mídia.
 - 3.1) Cópia dos planejamentos de mídia, por veículo, e autorização de veiculação.
 - 3.2) Praças onde foram veiculados os filmes e *outdoors*, a identificação de GRPs de cada um dos filmes, exatamente

como consta no Plano de Mídia elaborado pelos ministérios ou empresas e aprovado pela Secom.

- 3.3) Detalhamento do desconto negociado com os veículos.
- 3.4) Cópia das planilhas de produção.
- 3.5) Justificação da economicidade das opções escolhidas (orçamentos).
- 3.6) Cópia das Notas Fiscais das agências e dos fornecedores dos serviços.

- 4) Qual o montante dos recursos previstos e alocados para a realização das campanhas em questão?
- 5) Nos últimos dois anos houve a realização e veiculação de campanhas de igual conteúdo?
- 6) Qual a avaliação dos resultados das ações de comunicação realizadas?

JUSTIFICAÇÃO

Ao ter notícias do crescimento de gastos com publicidade governamental nas proximidades do período de eleições municipais, considerei que a sociedade, por intermédio desta Casa Legislativa, merece ter informações mais precisas sobre a execução da política de comunicação social do Governo Federal, principalmente quando já se levantam dúvidas neste Parlamento sobre a correta destinação dos recursos para publicidade, considerando inclusive que empresas de publicidade contratadas pelo Governo estariam paralelamente atuando em campanhas eleitorais municipais.

Embora se considere legítima a execução de campanhas de comunicação pelo Poder Público, quando voltadas para a função própria do Estado, com o propósito de atribuir efetividade aos programas governamentais, notadamente aqueles que dependem essencialmente da comunicação com o cidadão, verifica-se que atualmente ocorrem abusos na utilização das verbas publicitárias em várias esferas de governo. Assim, longe de atender o interesse público, as campanhas são, muitas vezes, voltadas para a promoção política e eleitoral.

Dessa forma, uma vez que compete à Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica a coordenação, a normatização, a supervisão e o controle da publicidade e de patrocínios dos órgãos e das entidades da Administração Pública Federal, direta e indireta, e de sociedades sob controle da União, nos termos da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, é a este órgão que dirijo o presente Requerimento de Informação, o qual concerne à atribuição constitucional de fiscalização e controle deferida ao Legislativo, com o propósito de contribuir para a melhor aplicação dos recursos públicos e evitar a prática de ações que politiquem as atividades de Estado.

Sala das Sessões, em 20 de outubro de 2004.

Deputado GEDDEL VIEIRA LIMA

PMDB/BA