

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº DE 2011
(Da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática)

Requer informações à ministra-chefe da Secretaria de Comunicação Social, Helena Chagas sobre recursos aplicados em publicidade.

Senhor Presidente,

Requeiro a Vossa Excelência, com base no § 2º do art. 50 da Constituição Federal e na forma do arts. 115 e 116 do Regimento Interno que, ouvida a Mesa, sejam solicitadas informações à ministra-chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), senhora Helena Chagas, requerimento de iniciativa do Deputado Ratinho Junior (Requerimento nº 74/11 - aprovado por este Colegiado), sobre gastos oficiais com publicidade, nos seguintes termos:

- a) Quais agências de publicidade prestam serviços cuja coordenação cabe à Secom, considerando o Governo Federal no âmbito dos ministérios, das empresas públicas e das demais entidades do Poder Executivo Federal?
- b) Que veículos de comunicação de mídia regional receberam recursos nos termos da Secom em 2011?
- c) Quanto cada veículo de comunicação de mídia regional recebeu no primeiro semestre de 2011?
- d) Qual a relação das personalidades públicas integrantes dos Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário que tenham, de alguma forma, participação no capital de emissoras de radiodifusão, o nome dessas empresas e quanto recebem de publicidade oficial?

JUSTIFICAÇÃO

O objetivo deste requerimento é verificar a real distribuição da mídia, de forma a compreender quais veículos de comunicação recebem recursos governamentais, além o direcionamento e os critérios adotados pela Secom.

Vale lembrar que, de acordo com o Decreto 6.555, de 08/09/2008, cabe à Secom no tocante à Publicidade, conforme publicado na página oficial da Presidência, entre outras atribuições:

1. Coordenar o desenvolvimento e a execução das ações de publicidade, classificadas como institucional ou de utilidade pública, de responsabilidade dos integrantes do Sicom e que, de acordo com a Secretaria, exijam esforço integrado de comunicação;

2. Supervisionar o conteúdo de comunicação das ações de publicidade de responsabilidade dos integrantes do Sicom, desenvolvidas em consonância com suas políticas, diretrizes e orientações específicas;

3. Controlar, nas ações de publicidade submetidas à sua aprovação pelos integrantes do Sicom, a observância dos objetivos e diretrizes da comunicação do Poder Executivo Federal quanto ao conteúdo de comunicação e aos aspectos técnicos de mídia;

4. Planejar, desenvolver e executar as ações de comunicação realizadas com recursos orçamentários alocados na Presidência da República, com observância da eficiência e racionalidade na sua aplicação;

5. Coordenar negociações de parâmetros para compra de tempos e espaços publicitários de mídia pelos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal;

6. Aprovar os editais para a contratação de agências de propaganda que prestarão serviços de publicidade.

Sala das Sessões, em de 2011.

Deputado BRUNO ARAÚJO
Presidente