



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador ALOYSIO NUNES FERREIRA

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÕES Nº , DE 2015

Solicita informações ao senhor Ministro da Secretaria de Comunicação Social sobre a critérios, estratégias e distribuição de recursos da publicidade oficial voltada à internet.

Nos termos do art. 50, § 2º, da Constituição Federal, combinado com os arts. 215, I, a, 216 e 217 do Regimento Interno do Senado Federal, solicito que seja o presente requerimento encaminhado ao Excelentíssimo Sr. Ministro da Secretaria de Comunicação Social para que sejam respondidas as seguintes indagações e prestadas as informações pertinentes sobre a distribuição de recursos da publicidade oficial voltada à internet:

1. Quais são os critérios técnicos de mídia utilizados para a implementação das ações de comunicação voltada à internet?
2. Quanto à realização de pesquisas cujos resultados são utilizados pela Secretaria para pautar suas ações publicitárias, especificar, objetivamente, com relação ao período entre 2010 e 2015, tendo como referência a internet como veículo de comunicação:
 - a. Quais foram as pesquisas realizadas no mercado, que produziram informações utilizadas por essa Secretaria, como “cobertura, penetração e afinidade, além de demais dados técnicos”, e que permitiram “identificar e selecionar a melhor programação de acordo com os objetivos de comunicação de cada campanha ou ação”.
 - b. Quais foram as campanhas ou ações geradas com base nessas pesquisas?

SF/15747.34110-43



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador ALOYSIO NUNES FERREIRA

SF/15747.34110-43

A standard linear barcode is positioned vertically on the right side of the page, next to the document number.

- c. Quais foram as empresas responsáveis pela realização dessas pesquisas? Quais os critérios, metodologia, público-alvo, de pesquisa adotados? Quais os valores dos contratos públicos com cada empresa contratada para realização das pesquisas? Quem foram as pessoas físicas – pertencentes ao quadro societário ou funcional das empresas – que realizaram as pesquisas e com quem essa Secretaria tratava, na execução dos contratos públicos e na realização dos serviços contratados?
3. Quais foram as estratégias de mídia publicitária que propiciaram “a desconcentração de investimentos e a regionalização das ações”, no âmbito da internet, “localizados fora dos grandes centros populacionais e não integrantes dos grandes grupos de comunicação”? Especificar, objetivamente, com relação ao período entre 2010 e 2015:
 - a. As estratégias e campanhas de mídia publicitária individualmente praticadas em cada ação publicitária;
 - b. As ações regionalizadas, com detalhamento das localidades destinatárias.
 - c. Quais os critérios utilizados para regionalização das ações e escolha das localidades destinatárias?
 - d. Definir o conceito e o alcance das expressões “desconcentração de investimentos” e “regionalização das ações” lavradas em resposta a Requerimento anterior deste subscritor.
4. Quanto à utilização de redes sociais oficiais ou não-oficiais por órgãos ou servidores públicos, especificar o papel da Secom.



SENADO FEDERAL

Gabinete do Senador ALOYSIO NUNES FERREIRA

SF/15747.34110-43

A standard linear barcode is positioned vertically on the right side of the page, next to the document identifier.

5. Relacionar os servidores públicos lotados na Secretaria que lidam, direta ou indiretamente, com a internet e redes sociais, detalhando as funções de cada um e as mídias com que lidam no exercício de sua função pública.
6. Informar se há um ranking de audiência de sites, portais e redes sociais que orienta o Governo e/ou a Secom na distribuição de verbas publicitárias?
 - a. Há uma tabela que relate audiência *versus* verba pública gasta?
 - b. Há uma tabela contendo nomes de sites, portais e redes sociais (com nomes respectivos), audiência (com nome do instituto) e valores pagos?

JUSTIFICAÇÃO

A discussão sobre a política de distribuição das verbas publicitárias governamentais é ampla e abrange questões como a concentração em grandes empresas, o surgimento de novas mídias, a maior participação de pequenos e médios veículos e a regionalização, entre outras.

Já requeri, em 2014, informações à Secom quanto à distribuição de verba pública para publicidade oficial. A resposta, que me foi encaminhada por meio do Ofício 33/2014/GAB/SECOM-PR, datado de 13/06/2014, subscrito pelo então Ministro responsável pela Pasta, apresentou respostas genéricas que necessitam de maior detalhamento.

Portanto, o presente requerimento busca informações complementares ao Requerimento nº 81, de 2014, que possam permitir maior compreensão do papel da Secom e do uso de recursos públicos em publicidade oficial, notadamente voltada à internet. Nosso objetivo não refoge ao propósito anterior: reforçar os princípios da administração pública da imparcialidade, publicidade e eficiência.



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador ALOYSIO NUNES FERREIRA

Além disso, qualquer questão que envolva a utilização de recursos públicos deve primar pela transparência de seus atos.

Sala da Sessão,

Senador **ALOYSIO NUNES FERREIRA**
Líder do PSDB

SF/15747.34110-43