



SENADO FEDERAL

REQUERIMENTO Nº 112, DE 2017

Requer, nos termos regimentais, informações ao Ministro da Fazenda, Sr. Henrique Meirelles, sobre os gastos com publicidade no âmbito da "Reforma da Previdência. Reformar hoje para garantir o amanhã", nos termos que especifica.

AUTORIA: Senador Lindbergh Farias

DESPACHO: À Comissão Diretora



[Página da matéria](#)



SENADO FEDERAL
Gabinete Senador Lindbergh Farias

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº , DE 2017

Sr. Presidente,

Nos termos do art. 50, § 2º, da Constituição Federal, e dos arts. 215, I, a, 216 e 217 do Regimento Interno do Senado Federal, solicito que o presente requerimento seja devidamente processado e encaminhado ao Sr. Ministro da Fazenda, **Henrique Meirelles**, para que providencie, no prazo constitucional, e sob pena de prática de crime de responsabilidade, informações referentes aos gastos com publicidade no âmbito da “**Reforma da Previdência. Reformar hoje para garantir o amanhã**”.

Desse modo, requer-se ao Sr. Ministro da Fazenda as seguintes informações:

- 1) Qual o custo total e individualizado para veiculação da campanha publicitária em questão? Favor relacionar por órgão.
- 2) Qual o custo da produção da campanha publicitária em questão?
- 3) Quais os critérios adotados para execução de gastos da campanha publicitária em questão?
- 4) Qual agência de publicidade foi contratada e sob quais condições e critérios para elaborar a campanha publicitária em questão?



SF/17614.67613-89



SENADO FEDERAL
Gabinete Senador Lindbergh Farias

- 5) Quais as fontes informação e/ou banco de dados utilizados para a elaboração das informações contidas na campanha publicitária em questão?
- 6) Quais os órgãos e gestores responsáveis pelas atribuições de controle da publicidade na campanha publicitária em questão?
- 7) Quais as agendas realizadas com representantes de veículos de comunicação privados conduzidas pelos gestores responsáveis na campanha publicitária em questão?

JUSTIFICAÇÃO

O Governo Federal, iniciou há algum tempo, intensa campanha dita institucional, em diversos meios de comunicação (rádio, televisão, imprensa escrita, sítios eletrônicos¹, blogs, banners, entre outros) com vistas a, de um lado, convencer a população brasileira acerca da necessidade da Reforma da Previdência e, de outro, pressionar, o Congresso Nacional para a aprovação da Proposta de Emenda Constitucional nº 287, de 2016 (Reforma da Previdência).

Com efeito, usando palavras de ordem e chamadas do tipo:

- Reforma da Previdência. Reformar hoje para garantir o amanhã;
- Previdência: Reformar para não acabar;
- Minuto da Previdência: Reformar hoje para garantir o amanhã;

¹ <http://www.reformadaprevidencia.gov.br/>



SF/17614.67613-89



SENADO FEDERAL

Gabinete Senador Lindbergh Farias

- Seus filhos e Netos merecem ter Previdência;
- Reformar hoje para garantir o amanhã;
- As próximas gerações de brasileiros merecem ter previdência.

É extremamente preocupante o fato da publicidade intitulada como institucional buscar, mediante o poder e alcance da mídia, apoio na sociedade e no Congresso, para uma proposta jamais discutida com os brasileiros e brasileiras, tendo sido gerada de forma açodada, no gabinete da Secretaria de Previdência do Ministério da Fazenda - após a sintomática extinção do Ministério da Previdência.

A publicidade dos governos deve ser um instrumento de comunicação que, nas democracias, precisa enquadrar-se dentro dos limites e contornos da regulamentação traçada pelo Constituinte de 1988 para que não desnature o caráter “educativo, informativo ou de orientação”. Usar a propaganda institucional como o intuito de doutrinação irreflexiva sobre os conteúdos divulgados é prática semelhante aos períodos totalitários da história mundial.

Tal contradição mostra-se ainda mais evidenciada quando se constata que a publicidade de que trata esta ação é baseada numa mera proposta legislativa, cujo conteúdo deverá ser alterado pelo Congresso e sobre a qual não há que se promover campanhas, senão com o objetivo de chantagear os legítimos legisladores e o próprio povo brasileiro.

A título de exemplo, em uma das veiculações (Vídeo e Áudio), divulgadas nos rádios e TVs do país, a publicidade diz, simulando um diálogo:



SF/17614.67613-89



SENADO FEDERAL

Gabinete Senador Lindbergh Farias

“- Como ficam os aposentados como eu, com a reforma da previdência?

- Veja, prá quem já se aposentou, como você, ou já cumpriu os requisitos para se aposentar, a reforma da previdência não muda nada ...”

É irresponsável tratar de assunto de alto impacto na vida dos cidadãos e cidadãs de forma antecipada pois, como pode o governo dizer, previamente, que para os já aposentados nada irá mudar, se a PEC ainda está começando a tramitar no Congresso Nacional, podendo sofrer toda sorte de alterações por parte dos parlamentares?

A situação seria diferente se a reforma do sistema previdenciário já houvesse sido legitimada e aprovada pelo Poder Legislativo. Daí a legislação que seria real e aplicável a todos, poderia ser objeto da publicidade estatal, pois objetivaria o esclarecimento da população quanto às novas regras previdenciárias, desde que as mensagens fossem veiculadas com nítido caráter educativo e/ou informativo.

A publicidade é tratada em nosso ordenamento jurídico como princípio constitucional positivado no art. 37, caput da Carta Magna. O texto constitucional também dispõe sobre os atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos em seu art. 37, § 1º, zelando por seu caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.



SF/17614.67613-89



SENADO FEDERAL

Gabinete Senador Lindbergh Farias

Ao contrário, o foco da publicidade aqui atacada parece ter o único propósito de criar um ambiente nacional de desvalorização da Previdência Social e dos direitos conquistados pelo povo brasileiro, como se dela não se pudesse alcançar a proteção esperada e assim, pressionar a sociedade e o parlamento, como dito, à toda evidência, sem permitir o conhecimento real das alterações propostas, incompatíveis com os princípios públicos.

Com efeito, além da função social que lhe é inerente, a publicidade governamental tem grande relevância para as receitas de veículos de comunicação, de tal sorte que, a transparência em relação ao emprego desses recursos é fundamental enquanto elemento que deve compor avaliação da sociedade sobre a política de comunicação social empreendida pelo governo.

Acrescenta-se à transparência, a necessidade de fiscalização por parte do Parlamento a respeito da gestão dos recursos e da atividade dos gestores responsáveis por esta política pública.

Destaca-se ainda que, em face das sucessivas alterações de organização da estrutura responsável pela gestão da publicidade governamental, na história recente, se faz fundamental a prestação de informações claras sobre o atendimento ao princípio da continuidade do serviço público e da eficiência, sendo passível de responsabilização eventual descontinuidade ou prejuízo ao erário, provocado pelo trato inadequado de tão relevante política pública.

As informações requeridas, portanto, têm por objetivo esclarecer a regularidade no emprego dos recursos públicos, além de possibilitar que seja



SF/17614.67613-89



SENADO FEDERAL
Gabinete Senador Lindbergh Farias

do conhecimento público os canais que vinculam de forma subliminar publicidade governamental.

Ante o exposto, requer que a presente proposição seja regularmente recebida e processada, nos termos regimentais.

Sala das Sessões,

Senador **LINDBERGH FARIAS**

