

PARECER Nº , DE 2017

Da MESA, sobre o Requerimento nº 88, de 2017, do Senador Paulo Paim, que *requer, nos termos do § 2º do art. 50 da Constituição Federal, combinado com o art. 216 do Regimento Interno do Senado Federal, que seja solicitado ao Senhor Ministro de Estado Chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República informações referentes à veiculação oficial da propaganda sobre a reforma da previdência.*

Relator: Senador **ANTONIO CARLOS VALADARES**

I – RELATÓRIO

Vem ao exame da Mesa do Senado Federal o Requerimento nº 88, de 2017, de autoria do Senador Paulo Paim, que solicita ao Ministro de Estado Chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República, com base no art. 50, § 2º, da Constituição e no art. 216 do Regimento Interno do Senado Federal (RISF), as seguintes informações, *verbis*:

- a) qual o montante da despesa efetuada para veicular a propaganda sobre a Reforma da Previdência;
- b) quais foram os órgãos, meios e veículos de informação e de imprensa contratados e os respectivos valores;
- c) conforme o planejamento de mídia do Governo Federal, quais os critérios utilizados para essa contratação – inclusive se houve licitação – e o objetivo pretendido em cada caso.



SF/17475.82843-38

II – ANÁLISE

Conforme o art. 50, § 2º, da Constituição Federal, *as Mesas da Câmara dos Deputados e do Senado Federal poderão encaminhar pedidos escritos de informações a Ministros de Estado ou a qualquer das pessoas referidas no caput deste artigo, importando em crime de responsabilidade a recusa, ou o não - atendimento, no prazo de trinta dias, bem como a prestação de informações falsas.*

A regulamentação desse preceito constitucional é dada pelos arts. 216 e 217 do RISF e pelo Ato da Mesa nº 1, de 30 de janeiro de 2001. Em conformidade com tais normas, o requerimento deve se dirigir ao esclarecimento de qualquer assunto submetido à apreciação do Senado ou atinente a sua competência fiscalizadora, e não pode conter pedido de providência, consulta, sugestão, conselho ou interrogação sobre propósito da autoridade a quem se dirija, tampouco pode se referir a mais de um Ministério.

O Requerimento em análise atende a essas exigências. É dirigido ao Ministro de Estado cuja pasta, nos termos do art. 3º-A da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, acrescentado pela Medida Provisória nº 768, de 2 de fevereiro de 2017, tem, entre suas atribuições, as de assistir direta e imediatamente o Presidente da República na formulação e implementação da política de comunicação e de divulgação social do Governo federal, na organização e no desenvolvimento de sistemas de informação e pesquisa de opinião pública, na coordenação da comunicação interministerial e das ações de informação e de difusão das políticas de governo, na coordenação, normatização, supervisão e controle da publicidade e de patrocínios dos órgãos e das entidades da administração pública federal, direta e indireta, e de sociedades sob o controle da União.

A vedação a que o pedido de informações questione sobre o propósito da autoridade poderia, numa leitura apressada, constituir razão para a glosa do quesito de letra *c* do Requerimento, já que ele se refere ao objetivo pretendido em cada contratação. Entretanto, além de o dispositivo regimental aludir ao propósito da autoridade à qual se dirige o pedido de informações – não ao propósito das agências de publicidade contratadas em cada campanha ou do Ministério proponente da publicidade –, convém esclarecer que os objetivos das campanhas são declinados no plano de mídia, bem como os Ministérios elaboram planos anuais de comunicação e planejamentos anuais de mídia. Ou seja, trata-se de um dado objetivo, formalizado em documento e não restrito ao plano meramente especulativo.



A esse respeito, a Instrução Normativa nº 7, de 19 de dezembro de 2014, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República determina: em seu art. 5º, que os órgãos federais elaborem Plano Anual de Comunicação e Planejamento Anual de Mídia; em seu art. 12, I, que as compras de mídia estejam alinhadas aos objetivos da ação e/ou ao planejamento anual de mídia; em seu art. 17, I e II, *a*, que as propostas de compra de mídia avulsa contenham os objetivos da comunicação e os objetivos de mídia. Ora, se os objetivos já se encontram identificados em documento público, não há sentido em rejeitar o pedido com base no art. 216, II, do RISF.

De resto, cabe assinalar que, nos termos da referida Instrução Normativa, as informações sobre o Plano Anual de Comunicação e o Planejamento Anual de Mídia, os custos, serviços e fornecedores contratados, bem como a descrição das peças publicitárias e a identificação das agências de publicidade responsáveis devem ser encaminhadas à Secretaria de Comunicação Social. Tal Secretaria, por força do Decreto nº 8.889, de 26 de outubro de 2016, foi sucedida pela Secretaria Especial de Comunicação Social, integrante da estrutura da Casa Civil da Presidência da República. A Medida Provisória nº 768, de 2017, como dito, transferiu para a nova Secretaria-Geral da Presidência da República as atribuições da Casa Civil relacionadas à comunicação social do Governo.

Assim, nada há que impeça o encaminhamento do pedido de informações tal como formulado pelo Senador Paulo Paim.

III – VOTO

Ante o exposto, o voto é pela aprovação do Requerimento nº 88, de 2017.

Sala das Reuniões,

, Presidente

, Relator

