



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
CASA CIVIL
SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

São Paulo, 19 de novembro de 2013

Ofício SUBSECOM n° 036/2013

Ref.: Of. ATL n° 477/2013

Senhora Procuradora,

Em atenção ao ofício n° 477/2013, referente ao Requerimento de Informação n° 107, de 2013, de autoria do Deputado Afonso Lobato, solicitando informações sobre os critérios utilizados pelo Governo do Estado para a definição de planos de mídia, referentes aos meios de comunicação a serem utilizados, bem como aos valores destinados, informamos que o mesmo já foi respondido e, para sanar eventuais dúvidas, enviamos em anexo cópia do referido documento, o qual ora ratificamos, integralmente.

Sendo só o que nos competia informar no presente, colocamo-nos à disposição para maiores esclarecimentos que ainda se fizerem necessários.

Atenciosamente,


Marco Antônio Alves
Diretor Técnico

Exma. Sra.
Doutora **Anadil Abujabra Amorim**
DD Procuradora do Estado da Assessoria Técnico-Legislativa



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
CASA CIVIL
SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

Assunto: Resposta ao Requerimento de Informação nº 107 de 2013

Senhora Procuradora do Estado Assessora,

Versa o presente sobre requerimento o Requerimento de Informação nº 107, de 2013, de autoria do Deputado Afonso Lobato, solicitando informações acerca dos critérios utilizados pelo Governo do Estado de São Paulo para definição dos planos de mídia, no que se refere aos meios de comunicação a serem utilizados, bem como dos valores a serem destinados para as campanhas. Indaga, ainda, se as TVs comunitárias encontram-se inclusas no plano de mídia do Governo de São Paulo e, em caso negativo, a razão disso.

Respondendo à primeira questão, esclarecemos que a finalidade precípua da Comunicação Social no âmbito da administração pública é levar ao conhecimento da população as informações de interesse público, com o objetivo de prestar contas das ações governamentais e facilitar o acesso da população aos serviços, programas e projetos oferecidos pelo poder público, tal como preceitua o artigo 37 da Constituição Federal, em seu §1º:

“Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)

(...)

§ 1º - A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.”

Para o cumprimento de referida finalidade de interesse público, própria da comunicação institucional, critérios técnicos para a escolha do



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
CASA CIVIL
SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

veículo a ser utilizado, tais como audiência e tiragem, são os que melhor asseguram a eficiência das ações de comunicação de responsabilidade da Administração Pública Estadual.

A mensagem publicitária a ser veiculada e os destinatários de cada campanha apresentam, por sua vez, outros critérios norteadores tais como público alvo, linguagem, identidade visual, partido temático, raciocínio básico e idéia criativa que, aliados aos critérios acima apontados, definem os melhores veículos de comunicação para a ação pretendida e, assim, orientam a elaboração do plano de mídia.

Todo esse planejamento estratégico que resulta no plano de mídia visa assegurar a eficácia e a eficiência das ações de comunicação de responsabilidade da Administração Pública Estadual.

O plano de mídia deve, ainda, adequar-se ao orçamento disponível, levando-se em conta o valor (tabelado) e o tamanho do espaço em cada veículo por ele apontado. Assim os valores a serem destinados às campanhas publicitárias decorrem do plano de mídia e da disponibilidade de recursos orçamentários.

Em resposta à segunda questão cumpre-nos esclarecer preliminarmente que o serviço de radiodifusão, nos termos da conceituação do Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117/62), em seu art. 6, alínea "d", é aquele "destinado a ser recebido direta e livremente pelo público em geral, compreendendo radiodifusão sonora e televisão".



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
CASA CIVIL
SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

Dentre tais serviços de radiodifusão (sonora e televisão) existem aqueles cuja autorização de funcionamento é outorgada às fundações e associações comunitárias, que são chamados de Radiodifusão Comunitária, que possuem como características a baixa potência e a cobertura restrita e, notadamente, a impossibilidade de atuarem comercialmente tendo em vista suas finalidades não lucrativas (Lei nº 9.612/98).

À vista de referidas disposições legais, que regulam a atividade da radiodifusão e também a radiodifusão comunitária, resta estabelecido, portanto, que rádios e TV's comunitárias não podem comercializar espaços publicitários, nem mesmo para veiculação de campanhas institucionais do Executivo Estadual o que caracterizaria afronta à legislação federal apontada acima.

Além do que, tendo em vista suas características técnicas (baixa potência e cobertura restrita), esses veículos não atendem os critérios que orientam a elaboração dos planos de mídia das campanhas publicitárias de responsabilidade do poder público, tendo em vista os objetivos estes devem observar por força da norma constitucional supramencionada.

Por todo o acima apresentado, entendemos que o Requerimento de Informação nº 107 foi devidamente esclarecido.

ASSINATURA NO ORIGINAL

MARCIO AITH
SUBSECRETÁRIO DE COMUNICAÇÃO