



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
CASA CIVIL

São Paulo, de abril de 2014

CC-ATL nº 149/2014

Senhor 1º Secretário

Tendo em vista o disposto no artigo 20, inciso XVI, da Constituição do Estado, venho transmitir a essa ilustre Assembleia, por intermédio de Vossa Excelência, manifestação a respeito da matéria relativa ao Requerimento de Informação nº 053/2014, do Deputado Luiz Cláudio Marcolino.

Reitero a Vossa Excelência os protestos de minha alta consideração.

Edson Aparecido dos Santos
SECRETÁRIO - CHEFE DA CASA CIVIL

A Sua Excelência o Senhor Deputado Enio Tatto, 1º Secretário da Egrégia Mesa da Assembleia Legislativa do Estado.

103



SECRETARIA DE ESTADO DOS TRANSPORTES METROPOLITANOS

CHEFIA DE GABINETE

São Paulo, 20 de março de 2014

Ofício CG 104/2014

Requerimento de Informação nº 053/2014

Senhora Procuradora

Em atenção ao Requerimento de Informação em epígrafe, solicitando informações sobre os critérios para distribuição de recursos da publicidade atual, sirvo-me do presente para encaminhar cópia do Ofício OF.P.107/2014 da Companhia do Metropolitano de São Paulo - METRÔ, empresa vinculada a esta Secretaria.

À disposição para quaisquer outras informações ou esclarecimentos, aproveito a oportunidade para renovar a Vossa Excelência protestos de elevada estima e consideração.


Luiz Roberto dos Santos
Chefe de Gabinete

Excelentíssima Senhora
DRA. ANADIL ABUJABRA AMORIM
MD. Procuradora do Estado Assessora
Respondendo pelo expediente da Assessoria Técnico-Legislativa
Palácio dos Bandeirantes
Av. Morumbi, nº 4.500 - São Paulo - SP.
05650-905

AP/EL/SSY



[Handwritten mark]



09

OF.P 107
20 de março de 2014

Senhora Assessora Parlamentar,

Em atenção ao Despacho AP 021/14, de 20/02/2014, encaminhando cópia do Requerimento de Informação Nº 53 de 2014, de autoria do Deputado Luiz Cláudio Marcolino/PT – “*requer informações sobre os critérios, valores, nomes, CNPJ, veículos destinatários de recursos da publicidade oficial*”, cumpre-nos informar:

1. *Quais são os critérios utilizados para a distribuição de recursos da publicidade oficial?*

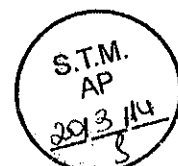
Resposta: Esta Companhia do Metropolitano de São Paulo- Metrô, no exercício regular de suas atividades e atendendo ao seu objetivo institucional, efetiva as ações de comunicação por meio de suas agências de publicidade regularmente contratadas pela via licitatória que, por sua vez, no desempenho de suas atividades especializadas e atendendo ao disposto no art. 3º da Lei Federal nº 4.680/65, no art. 6º e 7º do Decreto Federal nº 57.690/66 e com base no item 3.1.5 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, realiza a escolha dos veículos de comunicação de acordo com critérios técnicos tais como periodicidade, conteúdo editorial, publico alvo, audiência, abrangência, tiragem e circulação e, ainda, com observância às recomendações fixadas pela Portaria Subsecom nº 04/2012 (doc. 01).

2. *Quais foram os destinatários de recursos públicos com a produção das peças publicitárias da publicidade oficial desde 2007 até a presente data? Relacionar, para cada ano o número do CNPJ/CPF do destinatário, razão social, nome fantasia, tipo de veículo, nome e CPF dos sócios e responsáveis, o valor destinado especificando o objeto.*

Resposta: Todos os pagamentos referentes à produção foram realizados em favor das agências de publicidade contratadas que são as responsáveis pela contratação e pagamento das produtoras nos termos das disposições legais e regulamentares acima.

A relação das produtoras e os totais gastos anualmente com produção são os indicados na planilha anexa (doc. 02).

Senhora
ENEIDA LEMOS
Assessora Parlamentar
Secretaria dos Transportes Metropolitanos
São Paulo - SP



[Handwritten signature]



OF P 107

fl 2/2

3. *Quais foram os destinatários de recursos públicos para veiculação e publicação de publicidade oficial desde 2007 até a presente data? Relacionar, para cada ano o número do CNPJ/CPF do destinatário, razão social, nome fantasia, tipo de veículo, nome e CPF dos sócios e responsáveis, o valor destinado especificando o objeto, tiragem e abrangência.*

Resposta: Também todos os pagamentos referentes à veiculação da publicidade oficial foram destinados às agências contratadas, responsáveis pela escolha técnica, contratação e pagamento dos veículos, cuja relação segue anexada (doc. 03), nos termos das mesmas disposições legais e regulamentares já indicadas.

Os gastos havidos com veiculação são os que constam da planilha anexa (doc. 03).

Como já esclarecido, os dados sobre tiragem e abrangência de cada um dos veículos são de natureza técnica especializada, cuja verificação, acompanhamento e comprovação para o cliente é dever inerente à regular atividade das agências de publicidade contratadas, como consta das obrigações estabelecidas contratualmente (Cláusula Décima Primeira, itens 11.9 e 11.10), bem como prescrito na legislação específica supra mencionada e nas disposições do item 3.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

4. *Qual (quais) o(s) contrato(s) onerado(s) com esse(s) gasto(s). Especificar número, partes (contratante e contratado), valor total e período de vigência.*

Resposta:

CONTEXTO PROPAGANDA LTDA., contrato nº 4103321201, vigência 01/10/04 a 30/09/06 podendo ser prorrogado sucessivamente até 60 meses, valor inicial do contrato R\$ 4.800.000,00

SABIÁ COMUNICAÇÃO LTDA., contrato nº 4181721201, vigência 30/08/08 a 29/08/09, podendo ser prorrogado sucessivamente até 60 meses, valor inicial do contrato R\$ 6.000.000,00

DUDA MENDONÇA & ASSOCIADOS PROPAGANDA LTDA., contrato nº 4001821202, vigência 28/10/08 a 27/04/09 podendo ser prorrogado sucessivamente até 60 meses, valor inicial do contrato R\$ 14.000.000,00

MPM PROPAGANDA LTDA., contrato nº 4001821201, vigência 21/10/08 a 20/04/09 podendo ser prorrogado sucessivamente até 60 meses, valor inicial do contrato R\$ 11.000.000,00

LUA PROPAGANDA S/A., NOVA SB COMUNICAÇÃO LTDA., GIACOMETTI & ASSOCIADOS COMUNICAÇÃO LTDA., contrato nº 4019321301, vigência 22/11/13 a 21/05/14 podendo ser prorrogado sucessivamente até 60 meses, valor inicial do contrato R\$ 33.000.000,00

5. *As veiculações em jornais de grande circulação (por ex. Folha de São Paulo e Estado de São Paulo) e revistas de circulação nacional (como Época, Isto é e Carta Capital) foram realizadas nas edições que são de circulação nacional ou regional? Se confirmada a primeira hipótese, ou seja, em edições de circulação nacional, qual o motivo que levou o Governo do Estado a autorizar que a veiculação se desse em nível nacional?*

Resposta: Todas as veiculações da Administração Direta Estadual foram autorizadas para ocorrerem dentro dos limites do território do Estado de São Paulo, em observância às disposições do §2º do art. 115 da Constituição Estadual.

As respostas foram baseadas no artigo 16 da Lei Federal nº 12.232/2010.

Atenciosamente,

LUIZ ANTONIO C. PACHECO
Diretor-Presidente



06
+

DOC. 01

SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO
Portaria SUBSECOM nº 04, de 24-7-2012

Recomenda critérios para aprovação de planos de mídia

O SUBSECRETÁRIO DE COMUNICAÇÃO, no uso de suas atribuições legais e CONSIDERANDO os princípios administrativos da eficiência e da finalidade, estabelecidos pelo caput do artigo 37 da Constituição Federal de 1988, que devem nortear os atos da administração pública;

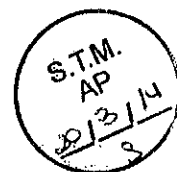
CONSIDERANDO os objetivos do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo – SICOM, entre eles o de implementar ações visando a melhoria da comunicação da administração pública direta e indireta, com a criação e disseminação de normas orientadoras para todos os órgãos setoriais que compõem o SICOM, cujo órgão central normativo é a Subsecretaria de Comunicação; e

CONSIDERANDO a existência de indicadores capazes de demonstrar, de forma objetiva, o alcance das ações de comunicação para cada tipo de veículo de mídia, recomenda:

Artigo 1º - Para a aprovação dos planos de mídia, sem prejudicar a ação de comunicação pretendida, sejam utilizados preferencialmente veículos que tenham o seu alcance auditado por pessoa jurídica devidamente credenciada pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP ou órgão similar.

Artigo 2º - A verificação da condição ora recomendada ficará sob a responsabilidade das agências contratadas que deverão demonstrá-la, sempre que solicitado, aos órgãos setoriais e central do SICOM contratantes.

Artigo 3º - Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação.



Handwritten signature

DOC. 02 - Resposta a Assessoria Parlamentar do Requerimento de Informação nº 53, de 2014

2. Quais foram os destinatários de recursos públicos com a produção das peças publicitárias da publicidade oficial desde 2007 até a presente data? Relacionar, para cada ano o número do CNPJ/CPF do destinatário, razão social, nome fantasia, tipo de veículo, nome e CPF dos sócios e responsáveis, o valor destinado especificando o objeto.

Razão social	Contexto	MPM	DUDA MENDONÇA & ASSOCIADOS PROPAGANDA LTDA.	SABIA COMUNICAÇÃO LTDA.	MASSA PUBLICITÁRIA S/A
Número do Contrato	CN 4403321201	CN 4001821201	CN 4001821202	CN 4181721201	CN 403253670
Nome do Responsável	Saint Clair de Vasconcelos	Daniel Chalton	José Eduardo Cavalcanti de Mendonça	Pedro Augusto Palhares Braga	MASSA PUBLICITÁRIA S/A
CPF	673.251.908-59	179.594.058-16	003.315.705-72	222.205.048-48	072.828.111-00
2007	117.877,56				
2008	44.212,21		947.730,75	6.594,24	
2009		2.079.950,07	3.328.955,35	93.818,00	
2010		415.586,80	1.515.604,87	44.687,00	
2011		132.935,47	1.658.664,76	461.093,00	
2012			1.462.763,12	207.166,00	
2013			2.212.018,65	31.218,00	332.849,78
2014				1.497.534,66	90.455,00
					47.000,00

Departamento de Marketing Corporativo



[Handwritten signature]

3. Quais foram os destinatários de recursos públicos para veiculação e publicação de publicidade oficial desde 2007 até a presente data? Relacionar, para cada ano o número do CNPJ/CPF do destinatário, razão social, nome fantasia, tipo de veículo, nome e CPF dos sócios e responsáveis, o valor destinado especificando o objeto, tiragem e abrangência.

Contexto		MPM		DUDA MENDONÇA & ASSOCIADOS PROPAGANDA LTDA.		SABIA COMUNICAÇÃO LTDA.	
Razão social	Número do Contrato	CNPJ	CPF	Nome do Contratado	CNPJ	CPF	CPF
Sabia Clér de Vasconcelos	4103321201	06331570572	67335159558	Jose Eduardo Cavalcanti de Mendonça	4181712101	3549389	231.205.046-46
2007	1.993.268,15						
rádio	1.004.037,40						
revista	261.395,50						
tv	274.634,63						
jornal	479.376,62						
outdoor	73.834,00						
2008	7.163,76						
rádio	3.701,01						
revista							
tv							
jornal							
internet							
2009	10.898.435,39						
rádio	1.274.300,35						
revista	230.945,00						
tv	7.934.207,28						
jornal	1.176.699,91						
internet	280.203,85						
2010	2.686.629,39						
rádio	7.346.793,45						
revista	180.794,50						
tv	82.528,88						
jornal	38.140,16						
internet	38.377,40						
2011	8.767.945,85						
rádio	7.555.742,05						
revista							
tv							
jornal							
internet							
2012	3.952.409,82						
rádio	2.408.325,72						
revista							
tv							
jornal							
internet							
2013	1.462.009,51						
rádio	314.212,50						
revista							
tv							
jornal							
internet							
outdoor (Blue Bus e Mensagem)							
2014							
rádio							
jornal							

