



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Gabinete Vereador Aurélio Nomura

REQUERIMENTO Nº 12/15

RECEBIDO

Comissão de Finanças e Orçamento
Em 17/3/15 às 18h05
RF 11261

Vinicius Moreira do Nascimento
RF. 11.261

Senhor Presidente

Considerando a Constituição Federal, artigo 31, e a Lei Orgânica do Município de São Paulo, artigo 14, incisos IX, XV, XVIII, que tratam das prerrogativas de fiscalização dos vereadores, sob pena de infringir a Lei nº 8429/92, artigos 10 e 11 (improbidade administrativa),

Considerando os gastos da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de São Paulo (Secom) nos anos de 2013 e 2014, destacando-se que no primeiro ano da gestão do prefeito Fernando Haddad (2013) esta Secretaria bateu todos os recordes de gastos dos últimos 12 anos da Prefeitura de São Paulo, que somaram no ano de 2013 nada menos que R\$216 milhões (valor real empenhado), superando todas as cifras registradas nas gestões de Marta Suplicy, José Serra e Gilberto Kassab em seus dois mandatos. (Veja **tabela anexa**);

Considerando que neste montante estão incluídos os dispêndios com o Call Center da Prefeitura, da ordem de R\$ 105 milhões (valor real empenhado), e com a rubrica Publicações de Interesse do Município, ou seja, publicidade, cerca de R\$ 150 milhões (ANEXO 3);

Considerando que estes números, bem como aqueles que se referem aos anos do período de 2003 a 2014, constam da **tabela anexa** que acompanha este Requerimento, acrescentando que, para facilitar a comparação, todos os valores, desde o ano de 2003, foram corrigidos com base índice do IPC/FIPE, e compreendem os dispêndios com o Call Center e com a Publicidade da Prefeitura;



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Gabinete Vereador Aurélio Nomura

Considerando que os dispêndios de 2013 em comunicação ultrapassam qualquer critério do que é razoável numa cidade como São Paulo, onde há muitas outras necessidades a serem atendidas em especial da população mais carente;

Considerando que os gastos vultosos com comunicação – em particular com publicidade – são injustificáveis diante das queixas recorrentes do Prefeito sobre a falta de verbas que o teriam impedido de realizar obras e serviços na medida do desejável, como canalização de córregos, creches, escolas e vários outros equipamentos de grande interesse social;

Considerando que a gestão do prefeito Haddad vem sendo criticada por aliados políticos pelo fato de fazer “pouca propaganda”, apesar de um aumento de 15% nos dispêndios com o Call Center em relação a 2012, e de investimentos crescentes em publicidade, que totalizaram R\$111 milhões em 2013, o terceiro maior da história da cidade (Veja **tabela anexa**);

Considerando que estes gastos exorbitantes continuaram em 2014, quando foi atingida a cifra de R\$ 206 milhões para publicidade e Call Center;

REQUEIRO, diante destas constatações gravíssimas, nos termos regimentais, ao Exmo. Sr. Presidente da Comissão de Finanças e Orçamento, que seja solicitado ao Exmo. Secretário Municipal de Comunicação e Informação Social (Secom), Sr. Nunzio Briguglio Filho, respostas para os seguintes questionamentos:

- 1) Por que os gastos com publicidade em 2013 foram tão elevados, se a sua visibilidade foi tão modesta, a ponto de o governo Haddad ser considerado por seus aliados um governo “que não mostra o que faz”? Houve aumento no preço dos anúncios neste período? Em caso positivo,



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Gabinete Vereador Aurélio Nomura

enviar tabelas de custos de inserções de TV de 2012 e de 2013, para que seja possível uma comparação.

- 2) Na renovação dos contratos com as agências de publicidade que prestam serviço à prefeitura houve aumento em sua remuneração? Em caso positivo, quanto era a remuneração (percentagem sobre investimentos na mídia) em 2012 e quanto foi o aumento do ganho percebido pelas agências?
- 3) Os descontos no preço de tabela das emissoras de TV e rádio são muito comuns. Solicitamos que nos seja informado o montante de descontos obtidos ao longo do ano, em especial em 2013, em cada emissora de rádio e TV, acompanhado do que foi efetivamente pago na veiculação dos anúncios da prefeitura.
- 4) A prefeitura usou alguma estratégia de comunicação, tipo merchandising, de difícil visualização e constatação em nosso dia a dia, no ano de 2013? Se positivo, qual foi esta estratégia, onde ela foi empregada, e qual foi o seu custo efetivo?
- 5) Houve avaliação oficial ou pesquisas sobre o retorno das principais campanhas publicitárias realizadas pela Secretaria de Comunicação? Solicitamos que todos os documentos de avaliação ou de pesquisas realizadas nos sejam enviados para que possamos entender e justificar gastos tão vultosos ante tão baixa visibilidade?



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Gabinete Vereador Aurélio Nomura

- 6) Qual foi a percentagem de gastos em 2013 no item “produção” – criação publicitária, filmes para a TV, pessoal especializado à disposição da prefeitura, criação e manutenção de sites, jornais, boletins, entre outros, em comparação com os gastos no item “veiculação” na mídia impressa ou na eletrônica?
- 7) Em relação ao Call Center da Prefeitura, o que justificou a expansão dos gastos de aproximadamente R\$ 92 milhões, em 2012, para R\$ 105 milhões em 2013, e R\$ 104 milhões, em 2014?
- 8) Quais as providências que foram tomadas pela prefeitura diante das denúncias de superfaturamento de até 30% sobre o total do valor do contrato do Call Center apontadas pela Comissão de Estudos da Câmara Municipal?
- 9) As denúncias da Comissão de Estudos da Câmara foram complementadas pela investigação da Controladoria Geral do Município, que, em relatório preliminar, fala em desvios contratuais que também trouxeram expressivos prejuízos à prefeitura, inclusive no aditivo firmado em 2013 na gestão Haddad. No caso deste aditivo, aliás, lembre-se que em um único item, relativo ao emprego de mão de obra especializada, o relatório da Controladoria constata que de um custo inicial de apenas R\$ 2,4 milhões houve um salto para nada menos que R\$ 21 milhões por ano!



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Gabinete Vereador Aurélio Nomura

10) Além de sugerir a abertura de um novo processo licitatório com a máxima urgência, a Controladoria propôs que houvesse de imediato um realinhamento de preços para que a prefeitura colocasse um fim em seus prejuízos enquanto durasse o processo de preparação da nova licitação. Isso foi feito? A nova licitação foi marcada? Quando o seu edital será publicado?

Sala da Comissão de Finanças e Orçamento, março de 2015


Aurélio Nomura
Vereador - PSDB



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**
Gabinete Vereador Aurélio Nomura

Série Histórica: Publicidade x 156

		Valor Nominal			Índice de reajuste *	Empenhado - Valor real
		Orçado	Empenhado	Liquidado		
2015 (até 3.02.2015)	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	118.501.000	15.225.659	609.157	0,00%	
	156 (Dotação 4300)	60.000.000	-	-		
	TOTAL	178.501.000	15.225.659	609.157		
2014	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	90.000.000	100.338.940	85.731.538	1,92%	102.245.380
	156 (Dotação 4300)	60.000.000	102.095.210	80.198.350		104.035.019
	TOTAL	150.000.000	202.434.151	165.929.889		206.280.400
2013	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	112.799.000	103.244.385	82.532.927	7,61%	111.101.282
	156 (Dotação 2756)	90.000.000	97.750.000	82.364.886		105.188.775
	TOTAL	202.799.000	200.994.385	164.897.813		216.290.057
2012	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	112.799.000	96.639.669	93.710.093	11,94%	108.178.445
	156 (Dotação 2756)	40.000.000	82.039.538	70.950.725		91.835.059
	TOTAL	152.799.000	178.679.206	164.660.819		200.013.504
2011	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	120.000.000	97.561.091	92.178.428	17,46%	114.595.257
	156 (Dotação 2756)	96.000.000	54.294.595	45.475.838		63.774.432
	TOTAL	216.000.000	151.855.686	137.654.266		178.369.689
2010	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	120.000.000	108.890.000	96.495.986	24,19%	135.230.491
	156 (Dotação 2756)	30.000.000	29.950.000	27.876.564		37.194.905
	TOTAL	150.000.000	138.840.000	124.372.551		172.425.396
2009	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	12.225.500	41.858.103	33.454.328	31,68%	55.118.750



CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO

Gabinete Vereador Aurélio Nomura

	156 (Dotação 2756)	22.922.812	31.122.548	23.963.247		40.982.171
	TOTAL	35.148.312	72.980.651	57.417.576		96.100.921
2008	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	27.717.537	31.417.537	30.756.354	36,46%	42.872.371
	156 (Dotação 2756)	25.000.000	26.653.228	20.352.353		36.370.996
	TOTAL	52.717.537	58.070.765	51.108.707		79.243.367
2007	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	19.800.000	51.500.000	44.975.306	45,84%	75.107.600
	156 (Dotação 2756)	18.724.500	15.357.208	13.863.257		22.396.952
	TOTAL	38.524.500	66.857.208	58.838.563		97.504.552
2006	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	10.090.000	13.686.768	12.660.038	52,55%	20.879.164
	156 (Dotação 2756)	15.694.544	14.927.347	13.145.296		22.771.668
	TOTAL	25.784.544	28.614.115	25.805.334		43.650.832
2005	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	4.283.000	12.543.000	6.995.904	55,26%	19.474.262
	156 (Dotação 8023)	20.000.000	16.801.112	14.255.655		26.085.406
	TOTAL	24.283.000	29.344.112	21.251.559		45.559.668
2004	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	32.000.000	32.255.321	32.255.321	62,91%	52.547.144
	156 (Dotação 8023)	26.700.000	30.837.057	30.837.057		50.236.650
	TOTAL	58.700.000	63.092.378	63.092.378		102.783.793
2003	Publicidade (Dotação 8052 - Un. SECOM)	20.000.000	36.545.686	33.734.933	73,17%	63.286.165
	156 (Dotação 8023)	18.200.000	21.801.000	17.357.000		37.752.792
	TOTAL	38.200.000	58.346.686	51.091.933		101.038.957



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Gabinete Vereador Aurélio Nomura

Obs:

* Valor real corrigido pelo IPC-FIPE - índice usado pela PMSP no reajuste de contratos.

** Dotação de publicidade considera apenas SECOM: excluída a publicidade de demais órgãos da PMSP (saúde, educação, ...)

*** Dotação 156 considera o valor de todos os fornecedores (call e telefônica) e não só o contrato de call center

Comparativo Valor Empenhado Real

