

9. PUBLICIDADE: como o Governo do Estado gastou recursos públicos com despesas relativas à publicidade.

Os governos devem comunicar-se permanentemente com a população, ao orientar, educar e informar os cidadãos acerca de algum assunto de interesse geral. É o que chamamos de comunicação social. Esse tipo de comunicação pode ser feito por meio de:

- ⇒ campanhas publicitárias de caráter educativo e de orientação social - procuram mudar certas atitudes dos cidadãos para melhor;
- ⇒ campanhas publicitárias de caráter informativo - dão conhecimento à população de fatos de interesse coletivo. Dentro desse grupo, destacam-se:
 - as campanhas publicitárias de caráter institucional - servem para divulgar as ações e programas que têm sido desenvolvidos pelo governo, as chamadas "campanhas de prestação de contas", muito comuns na televisão e no rádio; e
 - as campanhas publicitárias de caráter promocional – as que têm como objetivo promover o crescimento de determinado segmento econômico.

Existe ainda a publicidade obrigatória dos atos governamentais, que se chama:

- ⇒ divulgação oficial - serve para dar conhecimento à população dos atos do Poder Público: leis, decretos, portarias entre outros, que precisam ser publicados para que tenham validade.



Para evitar que os administradores públicos se promovam com o uso da máquina administrativa, a Constituição proíbe a divulgação de sua imagem, de seu nome, ou de símbolos pessoais, nessas campanhas publicitárias encomendadas e pagas pelo Estado. Além disso, ela estabelece, ainda, que a publicidade do Governo deverá ter caráter educativo, informativo e de orientação social.

Total gasto com publicidade em 2003

Valores em reais

Adm. Estadual	Campanhas de caráter institucional	Divulgação Oficial	Campanhas de caráter promocional (turismo)	Campanhas Educativas	Total Geral
Direta	20.473.405,94	3.400.978,57	15.350,00	53.267,49	23.943.002,00
Indireta	9.121.825,35	997.055,32	2.732.733,25	4.969.562,36	17.821.176,28
Total	29.595.231,29	4.398.033,89	2.748.083,25	5.022.829,85	41.764.178,28

Na administração estadual, considerados todos os Poderes, a maior despesa com publicidade e propaganda, correspondeu aos gastos com campanhas institucionais, aquelas que divulgam as realizações do governo. Em 2003 foram gastos nesse tipo de publicidade R\$ 29,59 milhões, o que correspondeu a 71% dos R\$ 41,76 milhões gastos em publicidade. O órgão que mais gastou nesse item foi o Gabinete Civil, com R\$ 16,7 milhões.

As campanhas relacionadas à promoção do turismo em Pernambuco foram realizadas, em sua quase totalidade, pela EMPETUR.

Observa-se que, diante do volume total gasto em publicidade, permaneceu pouco significativa a participação das campanhas com finalidade educativa. Praticamente apenas o DETRAN (R\$ 4,89 milhões) realizou campanhas desse tipo que visaram aumentar a segurança no trânsito. Foram gastos, ainda, R\$ 121 mil com campanhas relacionadas à área de saúde pública e R\$ 4,2 mil com campanhas de defesa e preservação ecológica.



EXISTE LIMITE PARA GASTOS COM PUBLICIDADE

Para evitar abusos com esse tipo de despesa, em Pernambuco, a Lei Estadual nº 10.423, de 1990, estabeleceu limite para os gastos com publicidade na administração estadual, deixando fora desse limite, entretanto, a publicação dos atos oficiais e as campanhas relacionadas com promoção do turismo. As leis de diretrizes orçamentárias, por sua vez, têm, a cada ano, incluído de forma temporária, outras campanhas que não se sujeitam a esse limite. Para 2003, a LDO deixou fora desse limite legal as campanhas na área de saúde pública, segurança no trânsito, defesa e preservação ecológica e prevenção à violência.

Cumprimento do limite para gastos com publicidade em 2003

A Administração Direta dos três Poderes, Ministério Público e Tribunal de Contas têm como limite 1% da receita do Estado arrecadada no ano anterior. Em 2003 foi permitido um gasto de até R\$ 41,91 milhões. Como foram gastos com campanhas publicitárias consideradas dentro do limite R\$ 20,47 milhões, observa-se que foi cumprido o referido limite legal.

Para os órgãos da Administração Indireta, o limite é individual, quer dizer: cada órgão pode gastar com publicidade até 1% da sua receita própria arrecadada no ano anterior. Em 2003, tomando-se por base as informações contábeis dos próprios órgãos, verificou-se que a maioria dos órgãos gastou menos de 1% dessas receitas com campanhas publicitárias consideradas para efeito do limite. No entanto, constatou-se que ultrapassaram o limite as seguintes entidades:

- ⇒ FUNDARPE - gastou 8,56% da sua receita, quando só poderia gastar até 1%;
- ⇒ DER-PE - gastou 1,42% da sua receita, ultrapassando o limite de 1%;
- ⇒ DETRAN - gastou 4,86% da sua receita, ultrapassando o limite de 1%.

Ao analisarmos mais detalhadamente as despesas com publicidade e propaganda dessas entidades, observou-se que muitas delas foram classificadas e contabilizadas de forma incorreta, o que pode ter contribuído para o não cumprimento do limite legal.

Como pode ser observado, é muito importante que AS DESPESAS SEJAM CLASSIFICADAS E CONTABILIZADAS CORRETAMENTE, para que se evitem desvios de resultados e se tenha mais transparência na aplicação dos recursos públicos.