



ESTADO DE SANTA CATARINA
SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL

Ofício nº 2011/SCC-DIAL-GEAPI

Florianópolis, 29 de junho de 2023.

Senhor Presidente,

Em resposta ao Pedido de Informação nº 0250/2023, de autoria do Deputado Matheus Cadorin, por meio do qual solicita informações acerca da campanha publicitária “Santa Catarina levada a sério”, em conformidade com o Ofício nº GP/DL/0945/2023, informo o que segue:

1. Antes de responder aos questionamentos do Exmo. Sr. Deputado, necessário tecer alguns esclarecimentos acerca de fatos relatados no Pedido de Informação. Consta no referenciado o documento, às fls. 003, que:

- O Governo do Estado de Santa Catarina lançou o programa “Santa Catarina levada a sério”, que reúne uma série de atos e projetos governamentais;
- O programa “Santa Catarina levada a sério”, por sua vez, deu origem a uma campanha publicitária, com identidade visual e materiais próprios, através da qual foram veiculadas peças publicitárias do Governo do Estado que mencionam os dizeres “Santa Catarina levada a sério”;
- Os materiais da campanha “Santa Catarina levada a sério” vem sendo amplamente utilizados pelo Governo do Estado em suas comunicações, tais como apresentações ou notícias, tendo inclusive sido usada para plotar um veículo que aparentemente pertence ao Estado de Santa Catarina”

2. Os entes públicos, em especial aqueles que estão à frente de uma gestão estadual, possuem a rígida atribuição de seguir os preceitos constitucionais, que devem ser a tônica presente em qualquer ação de governo. No caso específico da comunicação, a Constituição Federal de 1988 e a Constituição Estadual preveem diretrizes para a importante e necessária publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos (art. 37, §1º, da CF/88), estabelecendo matriz principiológica que serve como alicerce pétreo de uma atuação esmerada.

Excelentíssimo Senhor Deputado

MAURO DE NADAL

Presidente da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina

Nesta



ESTADO DE SANTA CATARINA SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL

3. Notadamente, a publicidade institucional visa estimular a democracia participativa, fomentar a autoestima da sociedade e substituir a cultura do sigilo pela da transparência, permitindo, assim, o controle social. Ademais, a publicidade institucional, em especial aquela destinada a evidenciar os êxitos e as conquistas da sociedade e dos governos, tem por fim, necessariamente, permitir controle social sobre as ações governamentais, de forma que sejam feitas críticas, que haja fiscalização e que haja possibilidade de defesa das ações reputadas equivocadas pela sociedade.

4. Os programas, por sua vez, são os principais instrumentos que o governo utiliza para promover a integração entre os entes e setores, a fim de concretizar políticas públicas e otimizar seus recursos, sejam eles financeiros, humanos, logísticos ou materiais.

5. E é exatamente essa a linha seguida pelo programa “Santa Catarina levada a sério”: identificação e desenvolvimento de políticas públicas que atendam direitos e garantias básicas da sociedade (saúde, educação, segurança, dentre outros), bem como a integração interfederativa, envolvendo especialmente os municípios e suas respectivas associações representativas, a fim de que as soluções sejam construídas sob uma perspectiva holística.

6. Buscou-se nesse momento inicial de governo um restabelecimento e recuperação de determinados serviços prestados à população, medidas essas que dependem de aproximação com os entes municipais, com a seriedade própria do povo catarinense, a fim de entender as demandas locais, num vetor municipalista que marca a atual gestão.

7. Por meio do programa “Santa Catarina levada a sério”, é anunciada com antecedência a presença do governador e equipe em determinada região, permitindo que os prefeitos, vereadores, deputados estaduais e federais da localidade, assim como a sociedade civil possa ter contato direto com o mandatário e sua equipe, facilitando a transmissão de pleitos e demonstração das dificuldades locais, humanizando tratativas que antes eram representadas por uma troca de ofícios, muitas vezes digitais.

8. Em conjunto com a presença na região, são articuladas a solução de eventuais medidas prioritárias e imediatas que contemplem a localidade visitada, a fim de otimizar a atuação estatal no atendimento dos pleitos dos entes menores. É isso que se pode extrair, por exemplo, das seguintes notícias relativas ao programa:

- i) <https://estado.sc.gov.br/noticias/santa-catarina-levada-a-serio-chega-a-chapeco-nesta-sexta-com-investimento-de-r-5-mi-do-governo-do-estado/>
- ii) <https://estado.sc.gov.br/noticias/jorginho-mello-recebe-as-demandas-dos-12-prefeitos-da-ammoc/>
- iii) <https://estado.sc.gov.br/noticias/jorginho-mello-recebe-as-demandas-e-discute-projetos-com-os-prefeitos-da-amarp/>
- iv) <https://estado.sc.gov.br/noticias/jorginho-mello-se-reune-com-os-prefeitos-do-alto-vale-do-rio-do-peixe-nesta-quinta/>
- v) <https://estado.sc.gov.br/noticias/sc-levada-a-serio-campos-novos-amplasc-e-amurc/>

9. Tal política pública vai ao encontro do que prevê a Constituição Federal, diante da conotação informativa e de orientação social, conferindo aos cidadãos de determinada região a faculdade de contatar o governador de seu Estado, diretamente ou por meio dos representantes eleitos na região.



ESTADO DE SANTA CATARINA
SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL

10. Partindo-se de tal pressuposto, tem-se que os atos de comunicação estatal para que sejam assertivos e tecnicamente eficientes, devem contemplar os meios de comunicação de massa, como rádio, jornais e TV, além de mídia de apoio, como OOH, *sites* e mídia programática. Assim a utilização dos diversos meios de comunicação para que a mensagem chegue ao maior número de indivíduos, cumpre o direito fundamental à informação de todo cidadão, além de estar, como sempre o foi, no escopo de um bom planejamento estratégico de comunicação.

11. Acerca dos questionamentos especificamente solicitados, seguem as respostas, a partir dos dados fornecidos pela Coordenadoria de Divulgação:

1 - Quantas peças publicitárias diferentes foram produzidas na campanha “Santa Catarina levada a sério”?

Foram produzidas 25 (vinte e cinco) peças envolvendo o programa “Santa Catarina levada a sério”, visando informar a população das medidas adotadas e das próximas regiões a serem atendidas;

1.1 - Remeter junto à resposta ao Pedido de Informação todas as peças, spots e demais materiais produzidos na campanha, ou disponibilizar acesso;

Os documentos solicitados podem ser acessados por meio do drive no *link*:

https://drive.google.com/drive/folders/1ecVWW7bWLOOTFuQaU9I3_Y8xgjXkhSdO?usp=sharing

1.2 - Quantas inserções foram feitas em meio digital (*sites*, redes sociais, etc) e meio físico (jornais, *banners*, *outdoors*, etc)?

No escopo integral da Campanha publicitária responsável por prestar contas à população sobre as efetivas ações realizadas nos primeiros 100 dias de governo (Ações do Agro, Saúde, Segurança e Gestão) foram realizadas 5.816 (cinco mil oitocentos e dezesseis) inserções no total. O programa “Santa Catarina levada a sério”, por sua vez, foi mencionado apenas como um fragmento da campanha maior (100 dias), representando apenas uma parcela de tais inserções, embora a elas também interligado em parte.

1.3 - Quantos veículos foram plotados com a identidade visual da campanha “Santa Catarina levada a sério”? Qual o custo de plotagem?

Apenas um veículo foi plotado, visando a identificação visual do automóvel de deslocamento do staff envolvido no programa, facilitando a localização por parte dos municípios e garantindo a percepção da presença estatal junto aos cidadãos que levam suas demandas ao governador e seu corpo de assessores. O custo total do serviço de plotagem foi de R\$ 5.500,00 (cinco mil e quinhentos reais).

1.4 - Existem outros equipamentos públicos plotados ou estilizados com a identidade visual da campanha “Santa Catarina levada a sério”? Se sim, quais? Afora o veículo citado, apenas um *backdrop* modular.

2 - Qual o custo total da campanha publicitária “Santa Catarina levada a sério”, considerando todos os atos envolvidos, tais como produção, veiculação, impressões gráficas, plotagens, etc?

As informações referentes aos custos de todas as ações pertinentes às campanhas publicitárias do governo do estado são de domínio público.



ESTADO DE SANTA CATARINA
SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL

Podendo ser acessadas através do Portal Transparência através do *link*:

<https://www.transparencia.sc.gov.br/>, ali constam todas as informações acerca do que foi gasto com publicidade e propaganda.

2.1- Do valor total da campanha, quanto já foi empenhado e quanto já foi liquidado?

As ações que contém, também, a divulgação do programa “Santa Catarina levada a sério”, foram 100% empenhadas. Quanto à posterior operação de liquidação e pagamento, seu trâmite pode ser acompanhado por meio do portal da transparência:

<https://www.transparencia.sc.gov.br/2>.

3 - Em qual data as peças publicitárias começaram a ser veiculadas e em qual data deixarão de ser veiculadas ou serão removidas?

A veiculação iniciou em 10 de abril de 2023 e finalizará em 15 de julho de 2023.

4 - Quem foram os agentes públicos ou agentes privados responsáveis pela elaboração da campanha “Santa Catarina levada a sério”? e

4.1 - Indicar os responsáveis pela elaboração da campanha;

A agência ONEWG Multicomunicação Ltda, contratada por meio do Contrato nº 270/2020, oriundo da Concorrência 068/2019.

4.2 - Indicar os ordenadores de despesa que autorizaram a veiculação das peças;

Ordenadores primário e secundário da Secretaria de Estado da Comunicação: Sr. João Evaristo Debiasi – Secretário de Estado da Comunicação e Sra. Renata Furlanetto – Secretária Adjunta.

4.3 - Existe parecer jurídico a respeito da legalidade da campanha e suas peças?

O estabelecimento de programas e sua divulgação não demanda a emissão de parecer jurídico específico, ressalvada a existência de dúvida jurídica específica. Diante da normalidade envolvida no trâmite do programa “Santa Catarina levada a sério”, não se vislumbraram temas cuja análise demandaria a provocação do órgão de assessoramento jurídico estadual. As ações de divulgação do programa e das outras tantas necessidades de comunicação à sociedade compõe o escopo de um bom planejamento estratégico de comunicação e para tanto são produzidos por meio de uma empresa contratada a partir de um processo licitatório, cujas atribuições contratuais foram previamente definidas, analisadas e julgadas no processo licitatório de origem.

Coloco-me à disposição para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários.

Respeitosamente,

Deputado Estêner Soratto da Silva Júnior
Secretário de Estado da Casa Civil



Assinaturas do documento



Código para verificação: **8U4GI73N**

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



ESTÊNER SORATTO DA SILVA JUNIOR em 29/06/2023 às 20:33:21

Emitido por: "SGP-e", emitido em 02/01/2023 - 17:40:21 e válido até 02/01/2123 - 17:40:21.

(Assinatura do sistema)

Para verificar a autenticidade desta cópia, acesse o link <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo/conferencia-documento/U0NDXzEwMDY4XzAwMDA4MDkyXzgwOTdfMjAyM184VTRHSTczTg==> ou o site <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo> e informe o processo **SCC 00008092/2023** e o código **8U4GI73N** ou aponte a câmera para o QR Code presente nesta página para realizar a conferência.