

NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

Paraná gasta R\$ 145 milhões/ano com propaganda

20/07/2014

Dinheiro suficiente para construir 50 novas escolas estaduais todos os anos

Nos últimos três anos o governador Beto Richa (PSDB) gastou em média R\$ 145 milhões por ano com propaganda nos diversos meios de comunicação, dinheiro suficiente para assegurar a construção de 50 novas escolas estaduais todos os anos. A utilidade pública que deveria estar com boa distribuição na mídia com objetivo de informar a população, como por exemplo, a interrupção de água e luz, por consequência de intervenções necessárias, aparece de forma discreta.

Por outro lado, ao menos seis segmentos são os campeões de gastos em Rádio, TV, Internet, Revista e Jornal com ações mais de cunho político do que visando necessariamente comunicar ao povo do Paraná aquilo que de fato agrega serviços e resolve as questões essenciais de cada setor.

A campeã de gastos no segundo trimestre do ano de abril a junho nessa área é a SECS – Secretaria do Estado da Comunicação Social, cujo relatório de despesas publicado no Diário Oficial do Paraná na última sexta-feira (11/07), apresenta o montante de mais de R\$ 17 milhões.

Em seguida aparecem:

Copel, R\$ 5,2 milhões;

Sanepar, R\$ 2,3 milhões;

Funsaúde, R\$ 2,3 milhões e

Compagás, R\$ 612 mil.

Só em televisão a SECS gastou R\$ 14,5 milhões em propaganda do Governo do Estado. Enquanto isso, a Segurança Pública sofre com viaturas sem combustível, policiais sem equipamentos e cadeias lotadas sem infra estrutura.

Os gastos descabidos com a propaganda poderiam ser investidos na Saúde e, com isso, aumentar a cobertura nesse atendimento à população. De acordo com o Tribunal de Contas, o

governo Richa aplicou na saúde apenas 9,05% do total arrecadado. Na prática, o estado destinou R\$ 1,63 bilhão para a saúde, quando deveria ter gasto R\$ 2,17 bilhões, uma diferença de R\$ 533 milhões.

Segundo informou o Deputado Tadeu Veneri em seu twitter, dos R\$ 42 milhões gastos pelo Governo do Paraná no período de 01/04/2014 a 30/06/2014, apenas 10%, ou seja, R\$ 4,2 milhões, foram gastos com publicidade legal.

Tamanha a desproporção, dá a conotação de uma estratégia do Palácio Iguaçu em contemplar os meios de comunicação com propaganda institucional e uma pífia margem de publicações legais.