

**REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO N° , DE 2004
(Do Sr. Eduardo Sciarra)**

Solicita informações ao Sr. Ministro Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, Luiz Gushiken sobre gastos do governo federal, bem como de suas autarquias e estatais, em publicidade no ano de 2003.

Senhor Presidente,

Com fundamento no art. 50, § 2º da Constituição Federal e art. 116 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, requeiro que sejam solicitadas ao Senhor Ministro Chefe da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica, as seguintes informações:

- a) Quais foram as agências de publicidade que atenderam, em 2003, ao governo federal, incluindo suas autarquias e estatais, com os respectivos contratos?
- b) Quais foram as campanhas realizados em 2003 na área federal, incluindo estatais e autarquias; veículos onde foram publicadas e seus respectivos valores?
- c) Quais os critérios utilizados para definir os veículos para divulgação?
- d) Qual estratégica do Governo / Secom para 2004, quanto a democratização da distribuição das verbas de publicidade?

JUSTIFICATIVA

Contrariando o discurso utilizado na campanha presidencial - democratização na distribuição das verbas de publicidade do Governo Federal – constata-se que, na realidade, elas são distribuídas maciçamente para alguns poucos veículos privilegiados, em detrimento de um grande contingente de jornais e revistas e de bairros, de cidades do interior e de capitais menores, os quais jamais receberam um só anúncio de qualquer empresa estatal, ministérios ou secretarias, apesar de serem da maior importância para as suas comunidades como informativos e como registro da história da sua gente, como geradores de empregos e como contribuintes de inúmeros impostos federais, estaduais e municipais.

Em geral, a imprensa local luta com ingentes dificuldades financeiras, e sabe-se que a sua sobrevivência é reconhecida como de extrema relevância para as comunidades onde estão inseridas, pelo envolvimento nas questões de interesse público bem como pelo trabalho engajado com os clubes de serviço, como Rotary, Lyons, com entidades de promoção social, de defesa do consumidor, associações comerciais, clubes de lojistas e outros. Certamente, a democratização na distribuição das verbas de publicidade injetará novo ânimo na vida das comunidades do interior, facilitando a disseminação de idéias e favorecendo o fortalecimento das instituições democráticas. Além do mais, ao dispor de fontes alternativas (no caso, o governo federal e suas estatais) de financiamento, os órgãos de imprensa do interior poderão exercer com plenitude a liberdade de imprensa, independentes do poder econômico local.

Pelas razões acima expostas, justifica-se o pedido de informações que contribuirá para esclarecer a opinião pública sobre a forma como os recursos destinados a publicidade do governo federal vem sendo distribuído.

Sala das Sessões, de de 2004

Deputado EDUARDO SCIARRA