

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO
(Do Sr. Rubinelli)

Solicita informações ao Excelentíssimo Senhor Secretário de Comunicação do Governo e Gestão Estratégica, Senhor Luiz Gushiken.

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 Secretário de Comunicação do Governo e Gestão Estratégica, as seguintes informações:

- a) Quais as agências de publicidade que atenderam o Governo Federal no ano de 2003 incluindo suas autarquias com os respectivos contatos?
- b) Quais foram as campanhas realizadas no referido ano, na área federal , inclusive, estatais e autarquias; veículos onde foram publicados e seus respectivos valores.?
- c) Qual (is) o(s) critério(s) utilizado(s) para definir (rem) os veículos para divulgação?
- d) Qual a estratégia do Governo/Secom para 2004?

JUSTIFICATIVA

Considerando que, o discurso de campanha para democratizar a distribuição das verbas de publicidade do Governo Federal, essas mesmas verbas ainda continuam a ser distribuídas maciçamente para alguns poucos privilegiados em detrimento de um grande contingente de jornais e revistas do interior, de capitais menores e de bairros, que em sua maioria jamais receberam um só anúncio de qualquer empresa estatal, ministérios ou secretarias, apesar de serem da maior importância para 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.

O proprietário de jornal ou revista de interior, bairro ou das pequenas capitais, em sua grande maioria, são pessoas sérias, honestas e que acima de tudo, na maior parte das vezes e com imensas dificuldades, colocam seus veículos de comunicação a serviço de sua comunidade, sendo respeitados e admirados por isso, estando invariavelmente envolvidos com clubes de serviços como Rotary, Lions e Panathlons em seus municípios, entidades de promoção social, de defesa do consumidor, de ética e moral na política, associações comerciais, clubes de lojistas, associações esportivas e lojas maçônicas, para citarmos somente algumas.

Em São Paulo a administração do Partido dos Trabalhadores na Capital tem primado por democratizar suas verbas, publicando suas informações em dezenas de jornais de bairro e associações que gratuitamente chegam a milhares de leitores dessas comunidades, demonstrando que essa mídia é sim confiável e acima de tudo, eficiente.

Essas informações foram discutidas no Congresso da ABRARJ - Associação Brasileira de Revistas e Jornais -, em 2002, em São Paulo, e a todos os candidatos ao governo de São Paulo e à Presidência da República. Somente o PT enviou representantes para discutir com os proprietários de jornais presentes a chamada "democratização de verbas", ocasião em que o Sr. Luis Marinho e o Vereador Hamilton Lacerda, coordenador da Macro Região do ABC reiteraram a importância de que a distribuição de verbas para publicidade seja feita de forma justa entre os grandes e pequenos meios de comunicação.

Desta forma, a fim de saber se de fato está ocorrendo a "democratização de verbas" é que solicito as informações acima mencionadas.

Sala das Sessões, em de junho de 2004.

Deputado RUBINELLI
PT/SP

