



REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº _____, DE 2024.
(Do Sr. Gustavo Gayer)

Solicita informações ao Sr. Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, a respeito da notícia que o governo federal vai investir R\$ 40 milhões em uma campanha publicitária visando promover o pacote de corte de gastos e isenção do Imposto de Renda (IR), para rendas de até R\$ 5 mil.

Senhor Presidente,

Requeiro a V. Ex^a., com base no art. 50 da Constituição Federal, e na forma dos arts. 115 e 116 do Regimento Interno que, ouvida a Mesa, sejam solicitadas ao Sr. Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, quanto a notícia que o governo federal vai investir R\$ 40 milhões em uma campanha publicitária visando promover o pacote de corte de gastos e isenção do Imposto de Renda (IR), para rendas de até R\$ 5 mil.

Com o objetivo de instruir as informações relativas a este requerimento de informação, solicito que sejam respondidos os seguintes questionamentos:

- 1- Qual a justificativa para o investimento de R\$ 40 milhões em uma campanha publicitária para promover o pacote de corte de gastos e a isenção do Imposto de Renda para rendas de até R\$ 5 mil, especialmente considerando o atual contexto de crise fiscal e a necessidade urgente de investimentos em áreas essenciais, como saúde e educação?
- 2- De que forma e quais são as empresas que serão contratadas para essa campanha publicitária? Será realizado alguma licitação? Como procederá a contratação?
- 3- O governo considera que, em um momento de austeridade fiscal e cortes em áreas fundamentais, a promoção de um pacote fiscal publicitário seja mais urgente e prioritária do que o direcionamento de recursos para o atendimento das





necessidades sociais mais prementes da população, como a saúde, educação e segurança?

- 4- O Ministério pode garantir que a campanha publicitária trará benefícios reais e tangíveis à população de baixa renda, que é a principal beneficiada pelo pacote de isenção do Imposto de Renda? Considerando a atual alta da inflação e o aumento do custo de vida, a isenção de IR para rendas de até R\$ 5 mil é suficiente para causar um impacto positivo real na vida dessa população?
- 5- O investimento de R\$ 40 milhões é compatível com as necessidades de comunicação pública em um contexto de crise fiscal? Não seria mais adequado redirecionar esse valor para outras áreas de necessidade mais urgente, como o combate à fome, ampliação de programas de saúde ou auxílio aos trabalhadores informais?
- 6- Como o Ministério da Secretaria de Comunicação Social garante que o valor de R\$ 40 milhões será utilizado de maneira eficiente e transparente? Quais medidas estão sendo adotadas para evitar desperdícios, sobrepreço ou desvio de recursos na execução dessa campanha publicitária?
- 7- Considerando que o pacote de corte de gastos e isenção do Imposto de Renda para rendas de até R\$ 5 mil está voltado para um número limitado de pessoas, é realmente necessário um esforço publicitário tão grandioso para sua divulgação? Não seria mais eficaz alocar esses recursos em outras iniciativas que atendem a um número maior de brasileiros ou que resultem em benefícios mais urgentes?
- 8- Quais são os indicadores específicos que o governo pretende alcançar com essa campanha publicitária? Existe uma avaliação prévia de impacto para medir a eficácia dessa ação em termos de alcance, engajamento e impacto real nas condições de vida da população brasileira?
- 9- Em comparação com outras campanhas publicitárias realizadas em momentos de grande crise fiscal e social, esse investimento de R\$ 40 milhões segue o mesmo padrão de





prioridades e necessidades do governo? Existe algum precedente ou justificativa comparável para campanhas publicitárias com valores tão altos em momentos de restrição orçamentária?

10-Dado o cenário fiscal e social atual, o governo considerou alternativas para a aplicação desses R\$ 40 milhões, como, por exemplo, a utilização do valor para a implementação de políticas públicas diretas, programas de ajuda emergencial, ou iniciativas de impacto imediato nas áreas de saúde, educação e infraestrutura?

11-A campanha publicitária tem um caráter institucional ou está mais voltada para promoção política do governo? Quais medidas estão sendo tomadas para garantir que o uso de recursos públicos para esse tipo de comunicação esteja alinhado com os princípios de imparcialidade e moralidade administrativa, evitando que a publicidade seja usada como uma ferramenta de autopromoção política?

Por fim, solicita-se o fornecimento de informações complementares que o senhor Sr. Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República entenda como pertinentes, sobre o tema.

JUSTIFICAÇÃO

A recente notícia de que o Governo Federal destinará R\$ 40 milhões para uma campanha publicitária com o objetivo de promover o pacote de corte de gastos e a isenção do Imposto de Renda (IR) para rendas de até R\$ 5 mil levanta sérias preocupações sobre a prioridade dada ao uso de recursos públicos em um momento de extrema crise fiscal.

De acordo com notícias¹, em uma ação controversa, o governo federal vai investir R\$ 40 milhões em uma campanha publicitária para promover o pacote de corte de gastos e a prometida isenção do Imposto de Renda (IR) para rendas de até R\$ 5 mil. A campanha, com o slogan “*Brasil mais forte*,”

<https://www.contrafatos.com.br/governo-vai-torrar-r-40-milhoes-em-campanha-para-defender-corte-de-gastos/>





governo eficiente, país justo”, já foi lançada nas redes sociais e será em breve na TV. O objetivo da campanha é embalar publicitariamente as medidas anunciadas ontem pelo ministro da Fazenda, Fernando Haddad, e conter a queda nos índices de aprovação do governo. No entanto, a decisão de gastar R\$ 40 milhões para promover austeridade fiscal gerou críticas por sua aparente contradição.

Ainda, a reportagem informa que o pacote, que inclui cortes de gastos e a isenção de IR até R\$ 5 mil, foi mal recebido pelo mercado financeiro. A reação levou o dólar a disparar pelo segundo dia consecutivo, reforçando o pessimismo em relação à execução das medidas. A estratégia do governo tenta garantir o apoio da população às medidas, mesmo em meio a críticas e rejeições do mercado financeiro.

Destaca-se, que o Brasil enfrenta um cenário de inflação elevada, desemprego persistente e uma crise estrutural que afeta diretamente a vida de milhões de brasileiros. A escassez de recursos no orçamento federal resulta em cortes em áreas essenciais, como saúde, educação e segurança pública, que impactam diretamente a qualidade de vida da população. Em contraste, a decisão de destinar uma quantia tão expressiva para uma campanha publicitária soa como um descompasso com a realidade do país e com as reais necessidades da população.

O valor de R\$ 40 milhões, equivalente a investimentos substanciais em áreas fundamentais para o bem-estar social, poderia ser direcionado para o financiamento de programas de saúde, educação ou até mesmo para a ampliação da rede de proteção social que atualmente atende milhões de cidadãos em situação de vulnerabilidade. Contudo, ao invés de priorizar esses setores, o governo opta por investir esse montante em um esforço publicitário para promover um pacote de medidas fiscais que, embora anunciem isenção de impostos para uma faixa da população, não oferecem garantias concretas de benefícios reais para os mais necessitados.

Além disso, a campanha de publicidade visa destacar um pacote de cortes de gastos e isenção de IR para rendas de até R\$ 5 mil, um benefício que, por mais que traga alívio a uma parcela da população, não resolve as questões estruturais que afligem os brasileiros de baixa renda. A isenção do IR





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado Federal **GUSTAVO GAYER** – PL/GO

para rendas de até R\$ 5 mil pode ser vista como uma medida pontual, mas em um cenário de inflação alta e aumento do custo de vida, os reais ganhos financeiros para a maioria da população serão limitados. O impacto prático dessa medida é questionável, principalmente se comparado com a magnitude do valor destinado à campanha publicitária.

Esse investimento levanta questões sobre a eficiência e moralidade no uso dos recursos públicos. Em tempos de crise, a aplicação de grandes somas de dinheiro em campanhas publicitárias para promover pacotes fiscais, em vez de ações que resultem em benefício direto para a população, gera uma sensação de descompasso com as necessidades urgentes do Brasil.

Portanto, é crucial que se questione: em um momento de escassez fiscal, em que as prioridades deveriam ser a proteção da saúde, da educação e da assistência social, por que o governo está optando por promover uma medida fiscal através de um investimento publicitário tão expressivo? O valor de R\$ 40 milhões poderia não apenas salvar vidas, mas também aliviar a angústia de milhões de brasileiros que aguardam a melhora das condições econômicas e sociais.

Diante desse cenário, será que o investimento em publicidade, em um momento como este, realmente reflete as prioridades do Brasil, ou estamos diante de uma medida que visa mais a autopromoção do governo do que o benefício concreto da população.

Sala das Sessões, de de 2024.

Deputado **GUSTAVO GAYER**
(PL/GO)

