



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República
Gabinete da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República

OFÍCIO Nº 143/2024/GAB/SECOM/PR

Brasília, 20 de dezembro de 2024.

A Sua Excelência o Senhor
Deputado LUCIANO BIVAR
Primeiro-Secretário
Mesa Diretora da Câmara dos Deputados
Palácio do Congresso Nacional - Praça dos Três Poderes
CEP 70160-900 - Brasília/DF

Assunto: Requerimento de Informação 4.070/2024.

Senhor Primeiro-Secretário,

De ordem do Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Paulo Pimenta, faço referência ao **OFÍCIO 1ªSec/RI/E/nº395**, pelo qual V. Exa. encaminha cópia do Requerimento de Informação **4.070/2024**, de autoria do **Deputado Marcos Pollon**. Em atendimento ao expediente referenciado encaminho abaixo informações e esclarecimentos pertinentes ao mencionado RIC.

Primeiramente, esclarecemos que com referência à publicidade governamental, as informações prestadas a seguir restringem-se apenas às ações de publicidade desenvolvidas no âmbito da SECOM/PR, de acordo com o Decreto nº 6.555, de 08 de setembro de 2008, e com a Instrução Normativa SECOM Nº2, de 14 de setembro de 2023, não alcançando todos os investimentos em publicidade dos órgãos do Poder Executivo Federal.

Apresentamos a seguir as informações aos itens formulados no RIC em referência.

1. Qual a justificativa concreta para um aumento tão significativo nos gastos com publicidade em um curto período? Quais os resultados tangíveis obtidos com esse investimento?

2. Existe algum estudo que demonstre a eficácia das campanhas e o retorno sobre o investimento?

3. Considerando a situação fiscal do país e as diversas demandas sociais, como o aumento dos gastos com publicidade se encaixa nas prioridades do governo?

Em atenção aos questionamentos 1, 2 e 3, informamos que a alocação de recursos nas campanhas publicitárias realizadas pela SECOM é realizada com base em necessidades sociais e de comunicação, com o objetivo primário de atender ao interesse público.

Os atuais investimentos em ações publicitárias realizados pelo Governo Federal refletem a necessidade de fortalecer a comunicação com todos os segmentos da sociedade, especialmente os mais vulneráveis, garantindo que a informação dos programas governamentais chegue àqueles que mais precisam, como acesso à saúde, educação, combate à fome e programas sociais.

Essas campanhas têm impacto direto na melhoria da vida do cidadão, como, por exemplo, maior adesão aos programas de vacinação e inclusão/atualização do Cadastro Único.

Cada campanha possui propósitos específicos, voltados a objetivos e públicos diversos. É por meio da comunicação estratégica que o governo assegura o direito a informação ao brasileiro.

Reforçamos que todo o aprendizado durante o processo é absorvido para o aprimoramento permanente do planejamento, ações e projetos subsequentes.

4. Quais as principais irregularidades encontradas pelo TCU nas contratações de propaganda e publicidade? São irregularidades de natureza técnica, jurídica ou moral?

5. Quais as medidas adotadas para responsabilizar os envolvidos nas irregularidades? Houve punições administrativas ou criminais?

Em relação aos questionamentos 4 e 5, informamos que o TCU não encontrou irregularidades. O trabalho desenvolvido em conjunto entre SECOM e TCU é um trabalho de prevenção, com a adoção das melhores práticas. Esse trabalho é extremamente importante, também, para evitar casos como os que aconteceram no governo passado, quando, conforme a imprensa, "Governo fez mais de 2 milhões de anúncios pagos em sites de fake news e pornografia" (<https://g1.globo.com/google/amp/jornal-nacional/noticia/2020/06/03/governo-fez-mais-de-2-milhoes-de-anuncios-pagos-em-sites-de-fake-news-e-pornografia.ghtml>) , e "Verba publicitária de Bolsonaro irrigou sites de jogos de azar e de fake news na reforma da Previdência" (<https://www1.folha.uol.com.br/amp/poder/2020/05/verba-publicitaria-de-bolsonaro-irrigou-sites-de-jogos-de-azar-e-de-fake-news-na-reforma-da-previdencia.shtml>).

Por oportuno, informamos que a SECOM tem a competência de coordenar, supervisionar e executar a política de comunicação pública do governo federal, garantindo a transparência das ações do governo e promovendo o acesso da população às informações relevantes sobre as políticas públicas.

Dentro dessa competência, a SECOM atua em estrito cumprimento do ordenamento jurídico em vigor, assegurando que as contratações de serviços de publicidade sejam realizadas de forma eficiente, ética e transparente.

6. Quais os critérios utilizados para a seleção das empresas contratadas para prestar serviços de publicidade? Houve algum tipo de favorecimento ou direcionamento nas licitações, como, por exemplo, a Revista Fórum?

7. Existe alguma relação entre as empresas contratadas e o governo, como doações de campanha ou outras formas de apoio político?

8. O Governo Federal usa a verba publicitária apenas com empresas do mesmo viés ideológico que permeia suas ações. Isso não fere o princípio da impessoalidade?

9. Os gastos com publicidade estão em conformidade com a legislação vigente? Existe alguma brecha legal que esteja sendo explorada?

Em relação aos questionamentos 6, 7, 8 e 9, informamos que os processos licitatórios da SECOM seguem as normas estabelecidas pela legislação vigente, garantindo a imparcialidade e a competitividade.

A SECOM não atua com qualquer tipo de favorecimento ou direcionamento de licitações e, cumpre esclarecer, ainda, que não possui contrato firmado com a citada Revista Fórum, conforme questionamento.

Reforçamos que todas as decisões desta SECOM são tomadas em estrito cumprimento do ordenamento jurídico em vigor, assegurando que as contratações de serviços de publicidade sejam realizadas de forma eficiente, ética e transparente, sem qualquer influência externa.

A documentação do processo licitatório está disponível no endereço https://www.gov.br/mcom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos-1/concorrenca_sob_o_numero_01/2021. Os contratos assinados com as 04 empresas selecionadas encontram-se disponibilizados no endereço <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/vigentes/publicidade>

Portanto, os gastos com publicidade estão em total conformidade com a legislação vigente, seguida rigorosamente, garantindo a integridade e transparência das campanhas realizadas.

10. Como o aumento dos gastos com publicidade governamental impactou o mercado publicitário e a liberdade de imprensa?

11. Qual a relação entre os gastos com publicidade e com os gastos com propaganda eleitoral?

12. Além do TCU, quais outros órgãos são responsáveis por fiscalizar os gastos com publicidade? Existe alguma coordenação entre esses órgãos?

Em atenção aos questionamentos de 10, 11 e 12, verificamos que não encontra amparo na legislação a realização de requerimento fora de competência desta SECOM, bem como consulta, sugestão, conselho ou interrogação sobre propósitos de autoridade, nos termos do Regimento Interno desta Casa, conforme fragmento abaixo:

Art. 116. Os pedidos escritos de informação a Ministro de Estado, importando crime de responsabilidade a recusa ou o não-atendimento no prazo de trinta dias, bem como a prestação de informações falsas, serão encaminhados pelo Primeiro-Secretário da Câmara, observadas as seguintes regras:

(...)

II - os requerimentos de informação somente poderão referir-se a ato ou fato, na área de competência do Ministério, incluídos os órgãos ou entidades da administração pública indireta sob sua supervisão;

III - não cabem, em requerimento de informação, providências a tomar, consulta, sugestão, conselho ou interrogação sobre propósitos da autoridade a que se dirige.

Sendo o que havia a informar, permaneço à disposição para esclarecimentos adicionais, caso necessário.

Atenciosamente,

Danilo Cezar Torres Chaves

Chefe de Gabinete Substituto

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República



Documento assinado eletronicamente por **Danilo César Torres Chaves, Chefe de Gabinete substituto(a)**, em 20/12/2024, às 16:29, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida informando o código verificador **6318400** e o código CRC **06C18311** no site: https://super.presidencia.gov.br/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0