



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

OFÍCIO Nº 1/2025/GAB/SECOM/PR

Brasília, 03 de janeiro de 2025.

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 4.168/2024.

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/nº 432**, pelo qual V. Exa. encaminha cópia do Requerimento de Informação **4.168/2024**, de autoria do **Deputado GUSTAVO GAYER**. 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 dizem respeito às ações de publicidade desenvolvidas no âmbito da SECOM/PR. Apresentamos a seguir as informações aos itens formulados no RIC em referência.

1. Quais foram os critérios utilizados para justificar o aumento significativo dos gastos com publicidade com a TV Globo em 2023 e 2024, superando os valores pagos durante os quatro anos da gestão anterior? O que motivou essa decisão, considerando o atual cenário de restrição fiscal e a necessidade de alocar recursos de maneira mais equilibrada e transparente?

Informamos que os valores aplicados na publicidade oficial têm o objetivo de informar os cidadãos sobre programas governamentais, serviços e campanhas de interesse público, como medidas de saúde, educação e segurança.

Os investimentos em publicidade são parte de uma estratégia que contribui para o desenvolvimento social e econômico do país, e compete à SECOM/PR dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal, divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição, estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas e disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.

Neste sentido, a SECOM atua conforme critérios técnicos e adota práticas de mercado consolidadas. Os investimentos são estrategicamente direcionados, considerando os objetivos a serem alcançados.

2. Há um planejamento claro de distribuição de verbas publicitárias entre os diversos meios de comunicação, ou houve uma priorização da TV Globo de maneira explícita?

A SECOM não realiza qualquer priorização indiscriminada para a emissora citada ou qualquer outro meio de comunicação.

Cada ação de comunicação realizada pela SECOM passa por etapas de planejamento e definição de objetivos a serem alcançados.

Uma campanha pode abranger diferentes segmentos de público, com comportamentos distintos. Para cada segmento, são traçadas estratégias específicas, que incluem meios de comunicação adequados para alcançar de forma eficaz as mensagens principais ou secundárias da campanha.

Neste sentido, os investimentos são estrategicamente direcionados, considerando os objetivos a serem alcançados.

3. Como o Governo assegura que essa distribuição está sendo feita de maneira equânime e que outros veículos de comunicação também estão sendo contemplados, de forma a garantir uma comunicação plural?

O processo de comunicação da SECOM é conduzido conforme diretrizes normatizadas, as quais orientam a distribuição do investimento em comunicação.

O Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade, na Instrução Normativa nº 4, de 23 de fevereiro de 2024 e [demais normativos que podem ser consultados no endereço: https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao/](https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao/).

4. Esse aumento nos gastos com a TV Globo não está comprometendo investimentos em áreas essenciais como saúde, educação e segurança, principalmente considerando o momento econômico atual e os desafios fiscais que o país enfrenta?

Em relação ao questionamento em tela, verificamos que não encontra amparo na legislação a realização de requerimento de informação fora da competência do Ministério ou, ainda, 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;

5. Quais são as medidas de transparência adotadas pelo Governo Federal para detalhar e justificar os gastos públicos com publicidade?

A SECOM disponibiliza os dados em plataforma própria de transparência ativa, permitindo a consulta dos valores investidos em cada meio e veículo de comunicação.

Qualquer cidadão pode acessar diretamente as informações por meio do endereço: <https://gestaosecom.presidencia.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordem-cronologica/>.

6. Há uma explicação pública sobre como o orçamento de publicidade está sendo gerido, e especificamente como os recursos destinados à TV Globo estão sendo aplicados?

Sim, o Governo Federal garante a transparência na gestão do orçamento de publicidade.

Todas as informações sobre os recursos destinados às ações de comunicação estão disponíveis publicamente.

A SECOM segue procedimentos estabelecidos para garantir a correta aplicação desses recursos, de acordo com as diretrizes orçamentárias em vigor.

As informações detalhadas sobre os contratos de publicidade, os valores investidos e a distribuição dos recursos podem ser consultados no portal de transparência do Governo Federal.

7. Houve alguma análise do impacto real desse aumento nas audiências da TV Globo e no alcance das campanhas publicitárias do Governo?

As avaliações técnicas apresentadas pelas agências de publicidade em planejamentos de mídia a respeito do retorno dos canais de TV e suas afiliadas atendem o que é planejado, o objetivo estabelecido, demonstrando assertividade no alcance e impacto das campanhas.

8. Existe uma avaliação de retorno sobre o investimento (ROI) dessas ações publicitárias, que justifique um aumento tão expressivo no montante de recursos destinados à emissora?

O ROI é aplicado no mercado financeiro para avaliar a rentabilidade de um investimento, lastreado em indicadores financeiros diretos.

O impacto das campanhas publicitárias envolve uma combinação de fatores intangíveis e de longo prazo que transcendem a simples análise financeira.

Neste sentido, as avaliações técnicas realizadas atendem o que é planejado, o objetivo estabelecido, demonstrando assertividade no alcance e impacto das campanhas.

9. Considerando que a publicidade estatal é uma ferramenta de comunicação com a sociedade, o Governo Federal está ativamente buscando diversificar os canais e plataformas para atingir diferentes públicos, ou está apostando exclusivamente em um único veículo de comunicação? Em caso afirmativo, como o Governo garante que está atendendo aos diferentes perfis da população, incluindo aqueles que não acompanham a TV Globo?

Para falar com a sociedade brasileira, o governo utiliza o máximo possível de meios, considerando cada particularidade do público, como TV, rádio, digital, jornais, etc.

A descentralização e regionalização está prevista na INSTRUÇÃO NORMATIVA SECOM Nº 2, DE 14 DE SETEMBRO DE 2023.

A SECOM disponibiliza as informações sobre pagamentos efetuados pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM aos veículos de comunicação, por intermédio das agências de propaganda, em transparência ativa no endereço <https://gestaosecom.presidencia.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordem-cronologica/>.

Nesse ambiente é possível gerar planilhas que permitem a aplicação de filtros para facilitar a ordenação e agrupamento de dados conforme interesse.

10. Dado o aumento de gastos com um único veículo de comunicação, quais medidas estão sendo tomadas para garantir que o processo de seleção e distribuição de verbas publicitárias seja transparente e livre de influências políticas ou interesses privados?

Como já mencionado no questionamento 3, a distribuição de recursos segue critérios técnicos, sem direcionamento indiscriminado à veículo específico.

11. O Governo considera que o aumento de verbas publicitárias para a TV Globo pode gerar um risco de percepção de favorecimento político, especialmente em um momento em que a confiança nas instituições está sendo constantemente desafiada? Quais ações estão sendo planejadas para evitar esse tipo de percepção e garantir que a publicidade estatal cumpra seu papel de maneira ética e justa?

Em relação ao questionamento em tela, verificamos que não encontra amparo na legislação a realização de requerimento de informação fora da competência do Ministério ou, ainda, 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;

12. Há um compromisso do Governo em garantir que os recursos públicos destinados à comunicação sejam sempre empregados de forma eficiente e com a devida fiscalização, de modo a evitar desperdícios e garantir que o dinheiro da população seja bem utilizado?

Sim, o Governo compromete-se a utilizar os recursos públicos de forma eficiente e responsável.

A transparência e a fiscalização dos investimentos são garantidas por meio de plataformas públicas de acesso à informação e pela supervisão do Tribunal de Contas, assegurando a correta aplicação do orçamento destinado à comunicação, conforme já tratado no questionamento 5.

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 03/01/2025, às 16:59, 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 **6339633** e o código CRC **E4989B98** no site: https://super.presidencia.gov.br/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0