



REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº , DE 2025

(Da Sra. Caroline De Toni)

Requer do Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Sidônio Palmeira, informações sobre os critérios adotados pela SECOM para a destinação de verbas publicitárias do Governo Federal, e medidas para garantir a imparcialidade na distribuição dos recursos.

Senhor Presidente,

Com fundamento nos artigos 50, §2º e 49, X da Constituição Federal, bem como nos artigos 115 e 116 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, venho requerer do Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Sidônio Palmeira, informações sobre os critérios adotados pela SECOM para a destinação de verbas publicitárias do Governo Federal, e medidas para garantir a imparcialidade na distribuição dos recursos.

Dessa forma, considerando a necessidade de transparência na execução das despesas públicas e o dever constitucional de publicidade e eficiência, questiona-se:

- **SOBRE A DISTRIBUIÇÃO DE VERBAS PUBLICITÁRIAS:**

- 1) Qual foi o montante total investido pelo Governo Federal em publicidade institucional desde o ano de 2023, incluindo as estatais? Favor detalhar os valores por ano, incluindo a estimativa de verbas a serem destinadas em 2025.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Federal Caroline De Toni – PL/SC

Apresentação: 28/02/2025 18:07:24.523 - Mesa

RIC n.660/2025

- 2) Como se deu a distribuição desses valores entre os veículos de comunicação (TV, rádio, mídia impressa, mídia digital - incluindo jornais, webTV, portais de notícia, sites de notícia, etc.)? Solicita-se discriminação por ano, veículo e programa, desde 2023 até o ano corrente, incluindo a estimativa de verbas a ser destinada em 2025.
- 3) Quais foram às justificativas de repasses dos valores para cada um deles, incluindo as estatais? Quais os itens previstos nas normas que definiram a aplicação da verba de publicidade para cada caso?
- 4) Qual o alcance ou dados de visualizações de cada um dos veículos de comunicação que receberam verbas públicas? Enviar dados que subsidiaram o envio de recursos para cada um deles.
- 5) Dentre os beneficiários encontram-se alguns destes veículos: Revista Forum - Brasil 247 - Diário do Centro do Mundo - Blog Cafezinho - Diário Carioca - Terra - Sites de notícia do Grupo Globo - Folha de São Paulo - Estadão - UOL - ICL - Caldeirão Político? Se sim, quais?
- 6) Houve algum veículo de comunicação que eventualmente recebeu recursos e, posteriormente, parou de receber? Se sim, apresentar a relação e o documento que fundamenta tal decisão.

• **SOBRE OS CRITÉRIOS DE ALOCAÇÃO DE RECURSOS**

- 7) Quais critérios objetivos e normativos regem a definição dos veículos e programas que recebem recursos publicitários do Governo Federal? Em quais dispositivos legais, regulamentos ou diretrizes oficiais esses critérios estão estabelecidos?
- 8) Houve estudos técnicos, pareceres ou análises que fundamentaram esses critérios de distribuição? Se sim, favor encaminhar a documentação comprobatória.
- 9) Há diferenciação de valores com base na audiência, no alcance regional ou em outros fatores? Se sim, informem quais são os fatores e enviem os dados levantados para fundamentar tal diferenciação.
- 10) Especificamente para os veículos abaixo (caso tenha havido repasse de recursos), quanto especificamente cada um recebeu? E em que ano foram os repasses?



Câmara dos Deputados - Anexo III - Gabinete 476 - CEP 70160-900 - Brasília/DF
Tel. (61) 3215-5772 - dep.carolinedetoni@camara.leg.br

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD252683885400>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Caroline de Toni

* C D 2 5 2 6 8 3 8 8 5 4 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Federal Caroline De Toni – PL/SC

Apresentação: 28/02/2025 18:07:24.523 - Mesa

RIC n.660/2025

- Revista Forum - Brasil 247 - Diário do Centro do Mundo - Blog Cafezinho - Diário Carioca - Terra - Sites de notícia do Grupo Globo - Folha de São Paulo - Estadão - UOL - ICL - Caldeirão Político.

• **SOBRE A CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E INFLUENCIADORES DIGITAIS**

11) O Governo Federal mantém contratos com agências de publicidade para a intermediação da alocação de verbas publicitárias? Se sim, quais são essas agências?

12) Quais foram os valores gastos pelo Governo Federal desde 2023 em contratos com agências de publicidade? Favor discriminar os valores por ano, agência contratada e respectivo objeto contratado.

13) Existem critérios específicos para a seleção das agências de publicidade que prestam serviços ao Governo Federal? Se sim, quais são esses critérios e onde estão estabelecidos normativamente?

14) Qual o percentual dos recursos publicitários destinados a campanhas institucionais do Governo Federal que foram direcionados a mídias digitais, incluindo redes sociais? Favor informar as plataformas utilizadas e os montantes destinados a cada uma.

15) Desde 2023, quantos contratos publicitários foram firmados pelo Governo Federal abarcando inclusive os que abrangiam a atuação de influenciadores digitais? Favor detalhar cada contrato, informando:

- Nome ou identificação da empresa e/ou influenciador contratado;
- Redes sociais utilizadas;
- Valor pago;
- Objetivo da campanha.

16) Houve alguma licitação ou outro procedimento formal para a seleção das empresas e/ou influenciadores digitais contratados? Se sim, quais foram os critérios utilizados?

17) Existe algum estudo ou relatório de impacto sobre a eficácia das campanhas publicitárias conduzidas por essas empresas e/ou influenciadores digitais? Se sim, favor encaminhar cópia da documentação.

* C D 2 5 2 6 8 3 8 8 5 4 0 0 *





• **SOBRE MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS**

18) Existe ou já existiu algum contrato ou parceria com ou sem transferência de recursos que envolva a identificação e contraposição a notícias falsas? Se sim, favor enviar a documentação comprobatória.

19) Quem estipula os critérios do que seria notícia falsa a ser combatida?

20) Existe ou já existiu algum contrato ou parceria com ou sem transferência de recursos que envolva monitoramento de postagens, termos e nomes em redes sociais? Se sim, favor enviar a documentação comprobatória. Quais foram os critérios e justificativas utilizadas para a implementação desse monitoramento? Quais foram os resultados alcançados com essas ações? Favor detalhar com dados concretos. Por quanto tempo se deu ou está previsto o monitoramento realizado pelo Governo Federal nas redes sociais?

21) Existem parcerias voluntárias com ou sem transferência de recursos que envolvam entidades privadas ou organizações não governamentais na realização desse monitoramento? Qual o trabalho desenvolvido, e qual sua periodicidade? Se sim, favor enviar a documentação comprobatória.

JUSTIFICAÇÃO

O presente requerimento fundamenta-se no dever constitucional de publicidade, moralidade e eficiência na administração pública, conforme preceitua o artigo 37 da Constituição Federal de 1988. O objetivo é obter informações detalhadas sobre a alocação de verbas publicitárias pelo Governo Federal, bem como sobre os critérios utilizados para a distribuição desses recursos entre veículos de comunicação e agências de publicidade, além do possível monitoramento de redes sociais que possa ser realizado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM).





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Federal Caroline De Toni – PL/SC

Apresentação: 28/02/2025 18:07:24,523 - Mesa

RIC n.660/2025

A transparência no uso de recursos públicos destinados à publicidade institucional é um imperativo democrático, especialmente diante das recentes reportagens da imprensa que indicam um crescimento significativo dos investimentos do Governo Federal em publicidade direcionada a determinados grupos de mídia. De acordo com o portal [Poder360](#), o atual governo aumentou em 60% as verbas publicitárias destinadas ao Grupo Globo, em comparação com a gestão anterior. Além disso, levantamento publicado pela revista [Veja](#) aponta que a emissora bateu recordes históricos de recebimento de recursos federais, superando qualquer outro veículo de comunicação.

A Constituição Federal, no artigo 220, §1º, estabelece que a comunicação social deve observar os princípios de pluralismo de fontes e da não concentração econômica. Portanto, torna-se essencial averiguar se os critérios de distribuição da publicidade oficial respeitam tais princípios e garantem a diversidade de veículos beneficiados. Caso contrário, pode-se configurar uma distorção no uso dos recursos públicos, privilegiando determinados grupos midiáticos em detrimento de outros, o que compromete o caráter republicano e impessoal da administração pública.

Além disso, é importante verificarmos se o Governo Federal tem contratado agências de publicidade e influenciadores digitais para a promoção de sua agenda política e institucional. A Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as licitações e contratos para serviços de publicidade prestados à administração pública, exige critérios técnicos objetivos para a seleção de agências. Assim, é necessário esclarecer quais parâmetros foram adotados pelo governo para tais contratações e se foram respeitados os princípios da economicidade e da impessoalidade previstos no artigo 70 da Constituição Federal.

Outro ponto crítico que justifica o presente requerimento é verificar se existem contratos e parcerias voltados ao monitoramento de redes sociais. É imprescindível garantir que tais iniciativas não sejam utilizadas para censura ou vigilância indevida de cidadãos e jornalistas. O direito à liberdade de expressão e o direito à privacidade, assegurados pelos artigos 5º, IV, IX e XII da



Câmara dos Deputados - Anexo III - Gabinete 476 - CEP 70160-900 - Brasília/DF
Tel. (61) 3215-5772 - dep.carolinedetoni@camara.leg.br

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD252683885400>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Caroline de Toni





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete da Deputada Federal Caroline De Toni – PL/SC

Constituição Federal, não podem ser violados sob qualquer pretexto. Dessa forma, é essencial que a SECOM elucide se existem mecanismos de monitoramento de postagens e usuários, e os critérios utilizados para classificar conteúdos como desinformação e quais empresas ou instituições estão envolvidas nessas atividades.

Diante do exposto, torna-se essencial a apresentação dessas informações pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, a fim de garantir que a destinação das verbas publicitárias federais atenda aos princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, evitando possíveis distorções e assegurando o adequado uso dos recursos públicos.

Sala das sessões, ____/____/____

Deputada Caroline De Toni
Partido Liberal/SC

