



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

OFÍCIO Nº 96/2025/GAB/SECOM/PR

Brasília, na data da assinatura eletrônica.

A Sua Excelência o Senhor
Deputado CARLOS VERAS
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 660/2025.

Senhor Primeiro-Secretário,

De ordem do Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Sidônio Palmeira, faço referência ao **OFÍCIO 1ªSec/RI/E/nº 70**, pelo qual V. Exa. encaminha cópia do Requerimento de Informação **660/2025**, de autoria da **Deputada CAROLINE DE TONI**.

Em atendimento ao expediente referenciado, encaminho abaixo informações e esclarecimentos pertinentes ao mencionado RIC, estruturando as considerações de forma segmentada por questionamento realizado, para facilitar o entendimento do requerente.

Inicialmente, cumpre esclarecer que, no bojo das competências institucionais desta Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR, relativas à comunicação social do Poder Executivo Federal, estabelecidas pelo Decreto nº 11.362, de 1º de janeiro de 2023 e Decreto nº 6.555/2008, não estão previstas atribuições de produzir, controlar, custodiar ou centralizar dados referentes às ações de publicidade dos demais órgãos da administração direta e indireta, bem como dos demais poderes constituintes.

Dito isto, os dados sobre pagamentos efetuados por esta SECOM/PR referentes aos serviços de publicidade, prestados por intermédio das agências de propaganda, estão disponíveis por meio da transparência ativa no endereço a seguir:

<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 o agrupamento de dados conforme seu interesse.

Para auxiliar a obtenção das informações, seguem orientações:

Acesse o site <https://www.gov.br/secom> ou o link acima mencionado de forma direta.

Preferindo o acesso por meio da plataforma gov.br, clique na aba "ACESSO À INFORMAÇÃO" (localizada à esquerda ao final da página) e depois na opção "Receitas e Despesas".

Clique na opção "Despesas" e depois na primeira opção "Pagamentos efetuados".

Na tela "Informação de cronologia de pagamentos e execução contratual SECOM", preencha os campos que desejar e obrigatoriamente os campos a seguir:

Data do pagamento – Início: Digite a data que deseja ou procure esta data no calendário que abrirá ao colocar o cursor no campo.

Data do pagamento – Fim: Digite a data que deseja ou procure esta data no calendário que abrirá ao colocar o cursor no campo.

Tipo de contrato: Publicidade ou outro objeto que desejar.

Tipo de processo: Mídia ou Produção. Caso queira as duas opções no relatório a ser extraído, clique em "Selecione".

Clique na caixa "PESQUISAR", localizada no centro da tela. Surgirão informações gerenciais, discriminadas pela contratada.

Clique na caixa "EXPORTAR DADOS COMPLETOS". Na área de downloads do navegador surgirá o arquivo "Exportação-Pagamento.csv". Clique no arquivo para abri-lo.

Será aberta a planilha contendo os dados detalhados referentes ao período selecionado.

Todas as informações requeridas referente aos empenhos, valores efetivamente pagos, campanhas realizadas e os períodos, bem como os veículos e afins, estarão dispostos na planilha a ser extraída no referido sistema.

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.

Na qualidade de órgão formulador da política de comunicação e divulgação social do Poder Executivo federal, no bojo das competências regimentais da Secretaria de Comunicação Social (SECOM) destaca-se dentre outras atribuições:

a) formular políticas para a promoção do pluralismo e da diversidade midiática e para o desenvolvimento do jornalismo profissional;

b) coordenar e acompanhar a comunicação interministerial e as ações de informação, difusão e promoção das políticas do Poder Executivo federal; e

c) coordenar, normatizar e supervisionar a publicidade e o patrocínio dos órgãos e das entidades da administração pública federal, direta e indireta, e das sociedades sob o controle da União.

Dessa forma, nota-se que dentre as competências da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR para a gestão da comunicação social do Poder Executivo Federal, estabelecidas pelo Decreto nº 11.362, de 2023 e pelo Decreto nº 6.555, de 2008 (art. 6º, incisos I a XVI), não estão previstas atribuições para produzir, controlar, custodiar ou centralizar dados referentes às ações de publicidade dos demais órgãos da administração direta e indireta. Tais informações poderão ser obtidas mediante solicitação a cada um dos órgãos e/ou entidades de interesse.

Cumpra-se destacar que a SECOM disponibiliza informações sobre veiculação das ações de publicidade já realizadas e confirmadas pelos órgãos e entidades no endereço <https://gestaosecom.presidencia.gov.br/gestaosecom/seguranca/dados-abertos/veiculacoes-autorizadas>

As informações sobre a execução de contratos (pagamentos), com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, deverão ser consultados diretamente nas páginas institucionais dos respectivos órgãos e entidades, conforme determina o art. 16 da Lei nº 12.232, de 2010.

Esclarecemos que as informações de valores podem ser obtidas conforme orientação inicial disponibilizada em atenção ao requerimento.

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.

No âmbito desta SECOM, os investimentos em mídia são realizados em consonância com os critérios constantes da IN nº 2 de 14 de setembro de 2023, cujos critérios técnicos e objetivos para a seleção de meios e veículos de comunicação são aplicáveis a todos os veículos. Quanto ao tema, destaca-se os artigos 7 e 8 da referida IN.

Esclarecemos que as informações de valores podem ser obtidas conforme orientação inicial disponibilizada em atenção ao requerimento.

Para o ano de 2025, informamos que os recursos utilizados pela SECOM compõem o Orçamento Geral da União, aprovado pelo Congresso Nacional por meio da Lei Orçamentária Anual nº 15.121/2025.

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 subsidiarem 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?

Cumpra-se esclarecer, em relação aos itens 3, 4 e 5, que no âmbito do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM), a seleção dos meios e veículos para a divulgação de material publicitário observa critérios técnicos, tais como: audiência, perfil do público-alvo, perfil editorial, cobertura geográfica e a diversificação do investimento entre meios e veículos, com o objetivo de ampliar o alcance das ações de comunicação.

Adicionalmente, respeitadas as particularidades de cada campanha, os órgãos da administração pública federal devem observar as diretrizes estabelecidas no Decreto nº 6.555/2008, que incluem, entre outros aspectos, a valorização de estratégias de comunicação regionalizada, bem como a adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público.

Esclarecemos que as informações de valores podem ser obtidas conforme orientação inicial disponibilizada em atenção ao requerimento.

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.

Cabe destacar que as campanhas publicitárias possuem prazo determinado para sua execução, com data de início e término previamente estabelecidas. Dessa forma, a seleção dos veículos de comunicação é realizada com base na pertinência e adequação, levando em conta o status de conformidade do veículo no Cadastro Nacional de Veículos (MídiaCad) - Sistema de cadastro de veículos de comunicação e divulgação instituído e mantido pela Secretaria de Comunicação Social, por meio do qual é feita a verificação da regularidade fiscal, cadastral e comercial do veículo, previamente à inclusão no planejamento de mídia, conforme o caso.

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? - 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.

Em relação aos itens 7, 8, 9 e 10, no âmbito do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM), a seleção dos meios destinados à divulgação e veiculação de material publicitário é pautada por critérios técnicos. Entre eles, destacam-se: audiência, perfil do público-alvo, perfil editorial, cobertura geográfica, bem como a diversificação dos investimentos entre diferentes meios e veículos, com o objetivo de garantir maior amplitude e eficácia na disseminação das mensagens.

Adicionalmente, respeitadas as particularidades de cada campanha, os órgãos da administração pública federal devem observar as diretrizes estabelecidas no Decreto nº 6.555/2008, que incluem, entre outros princípios, a valorização de estratégias de comunicação regionalizada e a adequada adaptação das mensagens, linguagens e canais aos diversos segmentos da população.

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?

Em atenção aos itens 11, 12 e 13, informamos que as ações publicitárias desenvolvidas no âmbito da Secretaria de Publicidade de Patrocínios são executadas, exclusivamente, por meio de agências de propaganda contratadas pela Secom, conforme o disposto na Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade pela administração pública.

Atualmente, a Secom mantém contratos vigentes com as seguintes agências: CALIA/Y2 Propaganda e Marketing Ltda.; Nova SB Comunicação S.A.; Agência Nacional de Propaganda Ltda.; e Propeg Comunicação S.A.

A licitação dos serviços foi realizada por meio da Concorrência 01/2022, tendo como objeto a prestação de serviços de publicidade, compreendendo um conjunto de atividades integradas que envolvem o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias direcionadas aos públicos de interesse do Governo Federal.

A íntegra dos contratos firmados pode ser consultada no portal institucional da Secom, no endereço:

<https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/vigentes/publicidade>

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.

Esclarecemos que as informações de valores podem ser obtidas conforme orientação inicial disponibilizada em atenção ao requerimento.

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.

Sobre os questionamentos apresentados nos itens 15, 16 e 17, informamos que não houve contratação de influenciadores para as campanhas publicitárias realizadas pela SECOM no mencionado período, não havendo, portanto, dados relacionados.

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.

Em atenção aos questionamentos 18 a 21 informamos que a SECOM, criada pela Lei 14.600/2023, não possui contratos ou parcerias nos termos questionados pela Deputada.

Por fim, destacamos que os contratos da SECOM estão disponíveis no endereço <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos>.

Atenciosamente,

SAMARA MARIANA DE CASTRO

Chefe de Gabinete

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República



Documento assinado eletronicamente por **Samara Mariana de Castro, Chefe de Gabinete**, em 30/04/2025, às 18:48, 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 **6611139** e o código CRC **1BB7EA07** no site: https://protocolo.presidencia.gov.br/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0