



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

OFÍCIO Nº 115/2025/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 740/2025.

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 100**, pelo qual V. Exa. encaminha cópia do Requerimento de Informação **740/2025**, de autoria do **DEPUTADA CAROLINE DE TONI**. Em atendimento ao expediente referenciado encaminho abaixo informações e esclarecimentos pertinentes ao mencionado RIC.

1) Quais são os critérios e os mecanismos adotados para a distribuição dos recursos destinados à publicidade governamental?

Dentre os critérios, destacam-se os constantes do Decreto 6.555/2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e na IN nº 2 de 14 de setembro de 2023, que dispõe sobre o desenvolvimento e a execução da publicidade dos órgãos e entidades do SICOM, que estabelece critérios técnicos e objetivos na execução de suas campanhas de publicidade institucional e de utilidade pública tais como audiência, perfil do público-alvo, perfil editorial, cobertura geográfica, além da diversificação do investimento por meios e veículos para proporcionar amplitude de atingimento das ações.

Os mecanismos adotados no desenvolvimento das ações de comunicação no âmbito dos contratos firmados entre a SECOM e as agências de propaganda estão delimitados na Portaria nº 18 de 29 de abril de 2024, que dispõe sobre as regras para os procedimentos internos de análise, de desenvolvimento, de seleção, de autorização, de execução, de prestação de contas, de liquidação e de pagamento de ações de publicidade, devendo, ainda, a observância das diretrizes complementares e subsidiárias estabelecidas na legislação vigente.

2) No que tange as propagandas institucionais, quais são os critérios/protocolos que a Secom utiliza para não violar o art. 37, § 1º da Constituição Federal?

No desempenho de suas competências e atribuições institucionais, e na qualidade de integrante da estrutura da Presidência da República, órgão central do Poder Executivo, a SECOM obedece e se subordina aos princípios que regem toda a Administração Pública, quais sejam: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Além disso, a SECOM submete-se aos ditames dos órgãos de controle interno e externo, a exemplo da Secretaria de Controle Interno – Ciset da Presidência da República, Controladoria-Geral da União (CGU) e o Tribunal de Contas da União (TCU).

Nessa linha, a publicidade institucional, conceituada na Portaria 3.948 de 26 de outubro de 2021, como aquela que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e de fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior não se confunde com promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3) Como se dão os processos de contratação de agências, serviços e aquisição de bens relacionados às campanhas publicitárias?

As ações de publicidade desenvolvidas no âmbito da SECOM são executadas por meio de agências de propaganda, com as quais a SECOM mantém contratos vigentes, firmados após processo licitatório na modalidade concorrência pública (01/2021) para a prestação de serviços de publicidade previstos na Lei nº 12.232/2010, que têm como objeto a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da contratante junto a públicos de interesse.

Os contratos com as empresas CALIA/Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA; NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A.; AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA; E PROPEG COMUNICAÇÃO S.A. estão disponíveis em transparência ativa no endereço: <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/vigentes/publicidade>

4) Quais os parâmetros de transparência e publicidade dos contratos, licitações e aditivos firmados para tais finalidades?

As informações referentes ao processo licitatório Concorrência 01/2021, que resultou na contratação das quatro agências de publicidade mencionadas no item anterior encontram-se devidamente disponibilizadas em transparência ativa na página da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), acessível no endereço: <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos>

A divulgação dos documentos editalícios está em consonância com os princípios constitucionais que regem a administração pública, em especial o da publicidade dos atos públicos nos termos do artigo 37 da Constituição Federal, bem como os pressupostos de transparência, constantes da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 – Lei de Acesso à Informação (LAI), que assegura aos cidadãos o direito de acesso às informações de interesse coletivo ou geral sob a guarda do Estado.

Adicionalmente, informações complementares sobre a execução contratual e a aplicação dos recursos públicos podem ser consultadas no Portal da Transparência do Governo Federal (<http://www.portaltransparencia.gov.br>), que se destina a promover a transparência ativa e o controle social da gestão pública.

Destacamos, ainda, o portal que disponibiliza ao cidadão os dados das campanhas publicitárias realizadas pela SECOM, no endereço: <https://gestaosecom.presidencia.gov.br/gestaosecom/seguranca/dados-abertos/veiculos-autorizadas>

Por fim, as informações 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 por meio do endereço a seguir: <https://gestaosecom.presidencia.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordem-cronologica/>

5) De que forma os recursos destinados à publicidade serão empregados?

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, além de atender as recomendações do Tribunal de Contas da União e normatizá-las, em relação ao tema. Os investimentos são estrategicamente direcionados, considerando os objetivos a serem alcançados.

Esclarecemos que os recursos são alocados para a divulgação de políticas, programas, ações e serviços colocados à disposição do cidadão, por meio de campanhas publicitárias concebidas e executadas por agências de publicidade contratadas mediante regular processo licitatório.

As referidas agências são responsáveis tanto pela contratação de serviços especializados em produção publicitária quanto pela aquisição de espaços para veiculação junto aos veículos de comunicação.

A veiculação das campanhas é realizada por meio dos diversos meios de comunicação, observando os critérios definidos pelo Decreto nº 6.555/2008 e pela Instrução Normativa nº 2, anteriormente mencionada.

Importa ressaltar que somente poderão ser utilizados veículos de comunicação previamente cadastrados e devidamente habilitados no MidiaCad – Cadastro de Veículos da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República 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.

6) Houve estudos técnicos, pareceres ou análises que fundamentaram esses critérios de distribuição? Se sim, favor encaminhar a documentação comprobatória.

Cada ação de comunicação institucional executada é precedida por estudos técnicos e análises estratégicas que fundamentam a definição dos públicos-alvo, das mensagens prioritárias e dos meios mais adequados para sua veiculação.

Os estudos subsidiam a elaboração de planejamento de mídia específico para cada campanha, o qual é orientado para o atingimento dos objetivos de comunicação previamente estabelecidos.

Esse planejamento contempla, entre outros aspectos, a seleção dos veículos, a distribuição das inserções, os períodos de exibição e os critérios de segmentação, assegurando maior eficácia na disseminação das mensagens públicas.

Diante da natureza individualizada de cada ação e da diversidade de objetivos e contextos envolvidos, não se constitui um único documento consolidado que reúna de forma abrangente todas essas informações, uma vez que elas são estruturadas de forma específica para cada campanha, respeitando suas particularidades e finalidades comunicacionais.

7) Há previsão orçamentária que discrimine, de forma específica, a destinação para ações que promovam a imagem institucional do poder executivo em contraposição à promoção pessoal do Presidente Lula?

11) Desde sua posse, com que frequência o Ministro Sidônio ou a SECOM atuaram diretamente para promoção da imagem pessoal do presidente Lula? Quais peças publicitárias foram elaboradas, para veiculação nos canais de mídia nacionais e internacionais que tenham Lula como protagonista direto?

Em atenção aos questionamentos 7 e 11, reforçamos que os recursos orçamentários destinados à comunicação de governo sob gestão desta SECOM possuem rubricas específicas cuja destinação não pode ser confundida com promoção pessoal do Presidente da República.

Como já apresentado no item 5, os recursos destinados à publicidade são utilizados para divulgar ações e políticas públicas por meio de campanhas que são desenvolvidas e executadas por agências de publicidade contratadas por licitação.

Os conceitos de comunicação com os quais a Secom trabalha estão detalhados na Instrução Normativa nº 2 de 14 de setembro de 2023, quais sejam:

I - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o intuito de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

II - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e de fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior;

III - publicidade mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado; e

IV - publicidade legal: destina-se à publicação de avisos, balanços, relatórios e de outras informações que os órgãos da administração pública federal estejam obrigados a divulgar por força de lei ou de regulamento.

8) Quais os mecanismos de auditoria e controle interno e externo estão sendo implementados para assegurar a observância dos princípios da administração pública e evitar o direcionamento político dos recursos?

9) Há acompanhamento por órgãos como o Tribunal de Contas, a CGU e o Ministério Público?

Em atenção aos questionamentos 8 e 9, cumpre esclarecer que a SECOM pauta sua atuação pelos princípios constitucionais, baseada em critérios que assegurem a liberdade de expressão, o acesso à informação e o pluralismo político, destacando que a SECOM, criada pela Lei nº 14.600, de 2023, submete-se ao controle interno e externo da Presidência da República, conforme previsão Constitucional e infraconstitucional. Suas competências e atribuições estão disciplinadas no Decreto 11.362/2023.

Reforçamos que, na qualidade de órgão integrante da estrutura da Presidência da República, a SECOM submete-se aos ditames dos órgãos de controle interno e externo, a exemplo de Ciset, Controladoria-Geral da União (CGU) e o Tribunal de Contas da União (TCU).

Além disso, existem previsões contratuais que permitem auditorias ou verificações do governo federal sobre a aplicação dos recursos recebidos pelas empresas supracitadas.

10) As matérias da Gazeta do Povo e CNN trazem informações de que os ministros do Lula para discursar estão seguindo as orientações do Ministro Sidônio, e que ele já está dando indícios do tom de uma possível campanha para 2026 “Lula, o mais brasileiro” Neste sentido pergunta-se: É comum a estrutura da SECOM, ou seu Ministro atuarem diretamente na elaboração de discursos de demais Ministros, ou definirem estratégias para dar o tom de uma campanha eleitoral?

Destacamos que a atuação da SECOM é pautada pela observância da Constituição e de todo regramento infraconstitucional. Dessa forma, dentro das suas competências e atribuições, reforçamos que não há “o tom de uma campanha eleitoral”, conforme aludido pela Deputada.

Ainda, em atendimento ao questionamento da Deputada, cumpre esclarecer que a Lei 14.600/2023, em seu artigo art. 6º, inciso VIII e o Decreto 11.362/2023, em seu artigo 1, disciplinam o assunto.

12) Desde que tomou posse, quantas vezes o Ministro Sidônio se encontrou com o Presidente Lula? Favor enviar os registros de agenda dos encontros, com o motivo da agenda e o tempo de duração.

Informamos que a SECOM segue as orientações estabelecidas no Decreto n.º 10.889/2021, que “dispõe sobre a divulgação da agenda de compromissos públicos e a participação de agentes públicos, no âmbito do Poder Executivo federal, em audiências e sobre a concessão de hospitalidades por agente privado, e institui o Sistema Eletrônico de Agendas do Poder Executivo federal - e- Agendas.”

Assim, as informações de agenda do Ministro Sidônio, conforme disposto no decreto supracitado, estão disponíveis no portal e-Agendas, por meio do endereço https://eagendas.cgu.gov.br/?token=BKFmnBLan0bbCpVQxTkUnsKav3emmiz8d6Z4ZTqf&filtro_organos_ativos=on&filtro_orgao=1381&filtro_cargos_ativos=on&filtro_cargo=MINISTRO+DE+ESTAI. Destacamos que o portal permite a busca de todas as agendas com base em parâmetros selecionados pelo cidadão.

13) Desde 2023, e antes de tomar posse como Ministro, quantas vezes o senhor Sidônio Palmeira visitou o Presidente República ou diretamente servidores vinculados a SECOM? E quais foram às agendas realizadas? Favor enviar os registros comprobatórios.

Em relação ao questionamento realizado sobre a agenda do Presidente, informamos que são direcionados ao Governo Federal e são estranhos às competências da SECOM, conforme Decreto supracitado, razão pela qual não será emitido posicionamento, em consonância com a Constituição Federal e o Regimento Interno desta Casa, conforme dispostos abaixo:

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988

Art. 87. Os Ministros de Estado serão escolhidos dentre brasileiros maiores de vinte e um anos e no exercício dos direitos políticos.

Parágrafo único. Compete ao Ministro de Estado, além de outras atribuições estabelecidas nesta Constituição e na lei:

I - exercer a orientação, coordenação e supervisão dos órgãos e entidades da administração federal na área de sua competência e referendar os atos e decretos assinados pelo Presidente da República;

REGIMENTO INTERNO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS DO BRASIL

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;

Sobre agendas do Ministro Sidônio anteriormente à posse, reforçamos que as agendas da SECOM estão devidamente registradas no sistema <https://eagendas.cgu.gov.br/>, conforme Decreto nº 10.889/2021.

Reforçamos, por fim, que a CGU, além da plataforma eagendas, disponibiliza ferramenta com as informações solicitadas <https://centralpainéis.cgu.gov.br/visualizar/infoagendas>

14) Quais foram às agendas realizadas pelo Ministro Sidônio desde que ele tomou posse, e quem participou destas agendas além do ministro? Quais foram às pessoas que visitaram o Ministro desde que ele tomou posse? Favor enviar os registros comprobatórios.

Reforçamos que a SECOM segue as orientações estabelecidas no Decreto n.º 10.889/2021, que “dispõe sobre a divulgação da agenda de compromissos públicos e a participação de agentes públicos, no âmbito do Poder Executivo federal, em audiências e sobre a concessão de hospitalidades por agente privado, e institui o Sistema Eletrônico de Agendas do Poder Executivo federal - e- Agendas.”

Assim, reforçamos à deputada que todas as informações de agenda do Ministro da SECOM, conforme disposto no decreto supracitado, estão disponíveis no portal e-Agendas, por meio do endereço https://eagendas.cgu.gov.br/?token=yIKo1Xyv6VOvY0FueFJfzOHvc16kWFdt1uH1T1K&filtro_orgaos_ativos=on&filtro_orgao=1381&filtro_cargos_ativos=on&filtro_c

15) Quais documentos, relatórios, pareceres e justificativas técnicas e legais podem ser disponibilizados que evidenciem a destinação, os critérios de seleção e os processos de contratação relacionados à publicidade governamental? E quais medidas estão sendo adotadas para prevenir a utilização indevida dos recursos públicos para fins de promoção pessoal ou partidária? Favor enviar documentação comprobatória.

Em atenção ao questionamento, reforçamos as respostas anteriores e reiteramos que o desempenho das competências institucionais e prerrogativas desta SECOM estão ancoradas na Constituição e na legislação infraconstitucional que delimitam sua atuação.

Informamos que a SECOM disponibiliza as leis, decretos, portarias e instruções normativas, aplicáveis à comunicação governamental, no endereço: <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao>

16) Desde 2023, quantas vezes a SECOM acionou a sua Consultoria Jurídica para verificar a legalidade de alguma campanha ou ação publicitária realizada? Quais foram estes casos? Favor enviar a documentação comprobatória.

Os procedimentos para o desenvolvimento das ações de publicidade da SECOM está detalhado no **Manual de Procedimentos das Ações de Comunicação Publicitária**, que disciplina, no âmbito da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR, regras para os procedimentos internos de análise, de desenvolvimento, de seleção, de autorização, de execução, de prestação de contas, de liquidação e de pagamento de ações de publicidade, publicado no DOU na forma de anexo da PORTARIA SECOM/PR Nº 18, de 29 de abril de 2024.

Cumpramos esclarecer, ainda, que a SECOM pauta sua atuação pelos princípios constitucionais, baseada em critérios que assegurem a liberdade de expressão, o acesso à informação e o pluralismo político, destacando que a SECOM, criada pela Lei nº 14.600, de 2023, submete-se ao controle interno e externo da Presidência da República, conforme previsão Constitucional e infraconstitucional. Suas competências e atribuições estão disciplinadas no Decreto 11.362/2023.

Reforçamos, por fim, que, na qualidade de órgão integrante da estrutura da Presidência da República, a SECOM submete-se aos ditames dos órgãos de controle interno e externo, a exemplo de Ciset, Controladoria-Geral da União (CGU) e o Tribunal de Contas da União (TCU).

• DAS INFORMAÇÕES SOLICITADAS

Requer-se, ainda, a disponibilização dos seguintes documentos e informações:

· Relatórios orçamentários e financeiros que detalhem a previsão, a execução e a destinação dos recursos de publicidade governamental dos anos 2023 a 2025.

· Cópias dos contratos, termos aditivos e demais instrumentos que regulamentem a contratação dos serviços e a aquisição de bens para as ações publicitárias, para os anos de 2023 a 2025.

· Pareceres jurídicos e técnicos que fundamentem a utilização dos recursos em questão.

· Informações relativas aos mecanismos de controle e fiscalização adotados, bem como os resultados de eventuais auditorias realizadas.

Em atenção às informações adicionais solicitadas, reforçamos que 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 por meio do endereço a seguir: <https://gestaosecom.presidencia.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordem-cronologica/>

Em relação aos contratos com as empresas CALIA/Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA; NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A.; AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA; E PROPEG COMUNICAÇÃO S.A., informamos que estão disponíveis em transparência ativa no endereço: <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/vigentes/publicidade>

Cumpramos esclarecer, ainda, que a SECOM pauta sua atuação pelos princípios constitucionais, baseada em critérios que assegurem a liberdade de expressão, o acesso à informação e o pluralismo político, destacando que a SECOM, criada pela Lei nº 14.600, de 2023, submete-se ao controle interno e externo da Presidência da República, conforme previsão Constitucional e infraconstitucional. Suas competências e atribuições estão disciplinadas no Decreto 11.362/2023.

Na qualidade de órgão integrante da estrutura da Presidência da República, a SECOM submete-se aos ditames dos órgãos de controle interno e externo, a exemplo de Ciset, Controladoria-Geral da União (CGU) e o Tribunal de Contas da União (TCU).

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 09/05/2025, às 18:45, 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 **6683874** e o código CRC **78A46B5E** no site: https://protocolo.presidencia.gov.br/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0

Referência: Caso responda este Ofício, indicar expressamente o Processo nº 00170.001642/2025-31

SEI nº 6683874

Palácio do Planalto, 2º andar, sala 210 - Telefone: (61) 3411-1668

CEP 70150-900 - Brasília/DF - <https://www.gov.br/planalto/pt-br>