



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos

OFÍCIO Nº 19570/2025/MCOM

Brasília, na data da assinatura.

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: Resposta ao Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 147, de 2025 - Requerimento de Informação (RIC) nº 1223/2025.

Senhor Primeiro-Secretário,

1. Ao cumprimentá-lo, cordialmente, faço referência ao Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 147, pelo qual V. Exa. encaminha a este Ministério das Comunicações (MCom) cópia do Requerimento de Informação (RIC) nº 1223/2025, de autoria da Deputada Federal Adriana Ventura (NOVO/SP), que requer desta Pasta informações "sobre o patrocínio de R\$ 4 milhões da turnê "Tempo Rei", de Gilberto Gil, pelos Correios".
2. Em atendimento ao expediente referenciado, encaminho o Ofício nº 57389475/2025-GRIN-DERIN (12593097), da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos - ECT, vinculada a este Ministério, que fornece informações e esclarecimentos pertinentes ao mencionado RIC.
3. Permaneço à disposição para eventuais esclarecimentos adicionais que se fizerem necessários.

Atenciosamente,

FREDERICO DE SIQUEIRA FILHO
Ministro de Estado das Comunicações



Documento assinado eletronicamente por **Frederico de Siqueira Filho, Ministro de Estado das Comunicações**, em 18/06/2025, às 17:38, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcom.gov.br/sei/verifica>, informando o código verificador **12661152** e o código CRC **E3A48467**.

Anexo:

- Ofício nº 57389475/2025-GRIN-DERIN (12593097).

Referência: Processo nº 53115.009630/2025-85

Documento nº 12661152



EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS
Gerência de Relacionamento Institucional - GRIN/DERIN

OFÍCIO Nº 57389475/2025 - GRIN-DERIN

Brasília, 8 de maio de 2025.

À Senhora

SÔNIA FAUSTINO MENDES

Secretária-Executiva

Ministério das Comunicações

Esplanada dos Ministérios - Bloco R, 8º Andar

70044-902 - Brasília - DF

Assunto: Requerimento de Informação nº 1223/2025.

Referência: Processo nº 53180.017780/2025-89

Senhora Secretária-Executiva,

1. Em resposta aos termos do Requerimento de Informação nº 1223/2025 (SEI nº 57074153), de autoria da deputada Adriana Ventura (NOVO/SP), cuja ementa "*Requer informações ao Ministro de Estado das Comunicações sobre o patrocínio de R\$ 4 milhões da turnê "Tempo Rei", de Gilberto Gil, pelos Correios*", a seguir apresentamos o posicionamento aos questionamentos do referido parlamentar:

1. Qual foi o processo de aprovação interna para o patrocínio da turnê "Tempo Rei"? Houve parecer técnico ou jurídico opinando sobre a conveniência e oportunidade do patrocínio?

O patrocínio da turnê "Tempo Rei" seguiu todos os trâmites de aprovação e contratação de patrocínios previstos pela estrutura de governança dos Correios, tendo sido observados os procedimentos do Manual de Comunicação e as alçadas de competência nele previstas, assim como os critérios e previsões da Instrução Normativa SECOM nº 2/2019.

Nesse sentido, o patrocínio foi objeto de análise técnica que indicou a conveniência e oportunidade da contratação, teve a aprovação orçamentária para o investimento, foi devidamente negociado para obtenção de condições adequadas de contratação, foi submetido à Matriz de Precificação de Patrocínio e à Matriz de Auditoria de Carteira - MAC, tendo sido ainda validado pelo Comitê de Patrocínio da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM, aprovado pelas autoridades competentes, bem como analisado e aprovado pelo Departamento Jurídico dos Correios.

2. Quais foram as contrapartidas previstas no contrato de patrocínio da turnê "Tempo Rei"? Especificar a visibilidade de marca, inserções publicitárias, acesso institucional e outros benefícios tangíveis.

Contrapartidas de imagem: as principais contrapartidas dão direito à cota exclusiva de Patrocinador Master da turnê com o uso dessa respectiva assinatura nas campanhas de divulgação em meios digitais, rádios, e-mails marketing, sinalizações visuais dos estádios em que ocorrerão os shows (*ringled* e *venues*), painéis digitais DOOH e mídia OOH, além de contrapartidas de mídias sociais, bem como a inserção da marca Correios em materiais de comunicação do projeto, entre outras.

Contrapartidas negociais: o acesso a essa informação é restrito, estando acobertado pelo sigilo empresarial previsto na Lei 13.303/2016, art. 86, §4º, e art. 88, §1º, considerando que contempla

estratégias institucionais, de marketing e de negócios dos Correios, envolvendo inclusive, requisitos de competitividade;

Contrapartidas sociais: contratação de mão de obra de pessoa com deficiência, cessão de ingressos para grupos (ONGs, associações, escolas públicas), obrigação do uso de recursos de acessibilidade, tradução em libras nos shows, viabilização da divulgação da campanha de política pública do Governo Federal, vigente, a ser informada pelos Correios, nas praças brasileiras em que o evento está ocorrendo;

Contrapartidas ambientais: realização de coleta seletivo de lixo dos eventos e doação de banners (ou outros materiais utilizados) para entidades que trabalham com reaproveitamento.

3. Há estudo de retorno institucional ou financeiro que tenha embasado a decisão? Em caso afirmativo, disponibilizar os documentos correspondentes.

A deliberação pelo patrocínio visou ao retorno institucional por meio do alcance dos seguintes objetivos:

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO:

Divulgação de produtos, serviços, soluções ou iniciativas dos Correios;

Divulgação do posicionamento dos Correios como empresa próxima, confiável, parceira e sustentável;

Divulgação da atuação dos Correios como parceira do governo e operadora de políticas públicas;

Divulgação da atuação dos Correios como empresa fomentadora do ecossistema de cultura, por meio da regionalização e desconcentração geográfica de investimentos em patrocínio;

Divulgação do posicionamento dos Correios como instituição pública preocupada com questões socioambientais e com a sustentabilidade econômica, garantindo a prestação de serviço de qualidade à população.

OBJETIVOS INSTITUCIONAIS:

Fortalecimento da identidade corporativa, imagem institucional, pilares da marca "Correios" e seu posicionamento;

Promoção da visibilidade e do reconhecimento dos Correios como patrocinador junto aos públicos e segmentos de seu interesse;

Potencialização da geração de negócios, promovendo e fortalecendo a relação da empresa com públicos estratégicos, bem como buscando fidelizar clientes.

No que tange à verificação do retorno apurado, esclarece-se que os Correios adotam o relatório específico, em que são verificados, ao término do projeto, todos os itens pertinentes a ação, tais como: público, material e pontos de divulgação, visibilidade e aplicação da marca, cumprimento de contrapartidas, qualidade do projeto, dentre outros. Ao final é atribuída uma nota mediante o retorno sobre os objetivos previamente definidos, que inclusive habilita ou não o proponente para novas concessões de patrocínio, de acordo com norma específica da empresa.

O acesso aos documentos é restrito, estando acobertado pelo sigilo empresarial previsto na Lei 13.303/2016, art. 86, §4º, e art. 88, §1º, considerando que contempla estratégias institucionais, de marketing e de negócios dos Correios, envolvendo inclusive, requisitos de competitividade.

4. Foi realizada análise de custo-benefício do patrocínio, considerando a situação econômica da empresa, que apresentou prejuízo de R\$3,2 bilhões em 2024?

Sim, foi realizada a análise de custo-benefício do patrocínio. Primando pela eficiência e racionalidade dos recursos, houve a negociação da cota de patrocínio, em que as contrapartidas abrangessem maior visibilidade e que atendessem aos interesses dos Correios, sendo a avaliação amparada pela Matriz de Precificação, sendo realizada adequação que contemplasse a melhor relação do

custo x benefício para atingimento dos objetivos estabelecidos, maximizando a visibilidade dos Correios no projeto.

O projeto GILBERTO GIL - TEMPO REI Última Turnê se enquadrou nos focos e critérios definidos nas Diretivas de Patrocínio dos Correios, por ser uma ação que visa ao fortalecimento da imagem dos Correios, a identidade corporativa e os pilares da marca Correios, em especial, ao pilar "Brasilidade e Inclusão", considerando que sua missão é promover a integração nacional, contribuindo com o Governo no desenvolvimento socioeconômico, conectando pessoas, instituições e negócios. A referida diretiva de patrocínio dos Correios contempla ações que priorizam *"a cultura e o artista brasileiro, o intercâmbio cultural, a itinerância dos projetos patrocinados, a preservação da memória, a experimentação de linguagens artísticas e as atividades educacionais complementares"*.

Dessa forma, o supracitado projeto possuiu a devida consonância à estratégia e aos objetivos traçados pela empresa nas ações de comunicação, considerando ainda que o projeto contribuiu para posicionar os Correios como uma empresa que apoia a cultura, e que está focada nos aspectos econômico, social e ambiental junto ao público de interesse. Levando-se em conta que o evento atrai relevante mídia espontânea, o qual reverbera em diversos veículos de comunicação de alta audiência, ponderou-se esse grande alcance da marca Correios, reforçando a imagem e divulgando o posicionamento da empresa, bem como o impacto no público nacional e internacional, com a expectativa de participação de mais de 600 mil pessoas.

Acrescentamos que a área de patrocínios dos Correios adota uma metodologia rigorosa para mensuração dos resultados das ações, considerando fatores como público alcançado, meios de divulgação, visibilidade da marca, contrapartidas oferecidas, qualidade do projeto e retorno de mídia, entre outros aspectos, que serão plenamente verificados ao final do projeto.

5. Qual foi a origem dos recursos utilizados para esse patrocínio? Foram provenientes de caixa próprio, endividamento ou remanejamento de verbas?

Os recursos são provenientes da conta orçamentária - Categoria *Marketing, Desenvolvimento e Comunicação*, na Subcategoria *Patrocínios*, proveniente de caixa próprio.

6. O patrocínio à turnê "Tempo Rei" seguiu as diretrizes do Manual de Comunicação dos Correios e os critérios estabelecidos pela Instrução Normativa SECOM nº 2/2019?

Como respondido no questionamento 1, o patrocínio seguiu todos os trâmites de aprovação e contratação de patrocínios previstos pela estrutura de governança dos Correios, tendo observado os procedimentos do Manual de Comunicação e as alçadas de competência nele previstas, assim como os critérios e previsões da IN SECOM n.º 2/2019.

7. Os ingressos da turnê "Tempo Rei" preveem algum tipo de cota social ou contrapartida de democratização de acesso, considerando que alguns ingressos chegaram ao valor de R\$1.530, acima do salário mínimo vigente?

Sim, prevê a cessão de ingressos para grupos (ONGs, associações, escolas públicas).

8. Há previsão de novos patrocínios culturais de grande porte para os anos de 2025 e 2026? Em caso afirmativo, quais os critérios de seleção e os valores estimados?

Especificamente no que diz respeito à projeção para os anos de 2025 e 2026, esclarece-se que, até este momento, não existem projetos planejados.

2. Permanecemos à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos.

Respeitosamente,

JANETE RIBAS DE AGUIAR

Chefe de Gabinete da Presidência

Assinado por Delegação de Competência, de acordo com a PRT/PRESI - 210/2024 (SEI nº 53160249)



Documento assinado eletronicamente por **Janete Ribas de Aguiar, Chefe de Gabinete da Presidência**, em 09/05/2025, às 18:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.correios.com.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **57389475** e o código CRC **796155DC**.



SBN QUADRA 1 BLOCO A 20 ANDAR, - Bairro ASA NORTE, Brasília/DF, CEP 70002900 -
<http://www.correios.com.br>