



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos

OFÍCIO Nº 19565/2025/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 1231/2025.

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 1231/2025, de autoria do Deputado Federal Luiz Philippe de Orleans e Bragança (PL/SP), que requer desta Pasta informações sobre o patrocínio, pela Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT, à turnê do cantor Gilberto Gil.

2. Em atendimento ao expediente referenciado, encaminho o Ofício nº 57696315/2025-GRIN-DERIN (12622664), 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 **12661115** e o código CRC **4A7097E3**.

Anexo:

- Ofício nº 57696315/2025-GRIN-DERIN (12622664).

Referência: Processo nº 53115.009654/2025-34

Documento nº 12661115



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

OFÍCIO Nº 57696315/2025 - GRIN-DERIN

Brasília, 21 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 - RIC nº 1231/2025.

Referência: Processo nº 53180.018184/2025-16

Senhora Secretária-Executiva,

1. Em resposta aos termos do Requerimento de Informação - RIC nº 1231/2025 (SEI nº 57128365), de autoria do deputado Luiz Philippe de Orleans e Bragança (PL/SP), cuja ementa "Solicita ao Ministro das Comunicações, informações acerca dos patrocínios culturais realizados pelos Correios, em especial o gasto de R\$ 4 milhões com a turnê do cantor Gilberto Gil, em meio ao rombo bilionário registrado pela estatal em 2025.", a seguir apresentamos posicionamento aos questionamentos do referido parlamentar:

1. Qual o valor total desembolsado pelos Correios para patrocinar a turnê do cantor Gilberto Gil, incluindo despesas diretas e indiretas?

Os Correios, em nome do princípio constitucional da transparência e sempre primando pela transparência de seus atos, mantêm em seu site na internet repositório específico, destinado ao compartilhamento de informações com a sociedade. Dessa forma, destaca-se que todas as informações de caráter público, conforme prevê o artigo 23 da Instrução Normativa nº 2/2019 - SECOM/PR e a Lei 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação - LAI), encontram-se disponíveis em nossa página da internet, tendo a empresa recentemente obtido Selo de Qualidade de Transparência Pública, alcançando o índice de transparência Ouro, conforme Acórdão nº 425/2025 – TCU – Plenário.

Dessa forma, informa-se que as informações referentes aos contratos de patrocínio estão disponíveis pelo link: <https://www.correios.com.br/acesso-a-informacao/receitas-e-despesas/patrocinos/patrocinos>.

Especificamente no que diz respeito ao projeto Tempo Rei, esclarece-se que a ação foi contratada em 2024, sendo que o valor investido está devidamente publicado no link supracitado.

2. Qual foi o critério técnico utilizado para justificar o patrocínio da turnê do artista? Solicitamos cópia do parecer técnico que embasou a decisão.

A comunicação é um instrumento necessário para fortalecer o posicionamento estratégico de uma organização, tendo como objetivo ampliar a visibilidade de sua marca, divulgação de seu portfólio de produtos e serviços, angariar novos consumidores e mitigar a concorrência, buscando auxiliar o atingimento dos objetivos estratégicos, de negócios e a geração de receita e lucro da organização. Nos últimos anos, a receita dos Correios passou a advir preponderantemente de um ambiente concorrencial

em que atuam empresas com forte posicionamento de mercado e altos investimentos em comunicação, e as ações de comunicação realizadas pela empresa se unem aos demais "P" do marketing (produto, preço e praça) para compor uma estratégia que permita à organização se diferenciar de seus concorrentes e alcançar seus objetivos estratégicos. Nesse ambiente, os patrocínios, nos termos da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021, são instrumentos que visam agregar valor à marca, consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com públicos de interesse, ampliar venda de produtos e serviços, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão ou entidade do Poder Executivo federal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros.

O projeto GILBERTO GIL - TEMPO REI Última Turnê se enquadrou nos focos e critérios definidos nas Diretrivas 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 contribui 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.

Quanto a cópia ao parecer técnico que embasou a decisão, informa-se que se trata de documento de acesso 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. Diante do exposto, quanto à disponibilização do documento, regista-se o desprovimento da solicitação nos termos do art. 6º, III e art. 22, caput, da Lei n.º 12.527/2011 c/c art. 5º, § 1º e art. 6º, I, do Decreto nº. 7.724/2012, a fim de preservar a competitividade e manter a governança corporativa dos Correios.

3. Quais os critérios de retorno institucional ou comercial estabelecidos no contrato de patrocínio? Houve estimativa de ROI (retorno sobre investimento)?

No que tange à verificação de 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, avaliando assim o ROO - Retorno sobre Objetivos (Return on Objectives). Trata-se de uma métrica que avalia o sucesso de uma ação ou projeto, em relação àquilo que se pretendia alcançar, como engajamento, visibilidade ou mudança de percepção da marca. 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.

Registra-se, oportunamente, que a metodologia de avaliação de resultados dos projetos patrocinados pelos Correios baseou-se nas orientações contidas no Artigo 28, da Instrução Normativa SECOM-PR nº 02/2019, a qual substituiu a IN SECOM-PR nº 9/2014, sendo que em 2023, nos termos do Ofício 3181/2023-TCU/Seproc, o Tribunal de Contas da União - TCU comunicou aos Correios a prolação do Acórdão nº 139/2023 - TCU-Plenário, relacionado ao monitoramento do Acórdão 2.768/2018-TCU-Plenário, com os ajustes do Acórdão 978/2019-TCU-Plenário, restando o referido acórdão atestando como cumpridas as determinações referentes à avaliação de resultados do patrocínio.

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.

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.

4. Diante do prejuízo superior a R\$ 2 bilhões em 2025, os Correios realizaram alguma análise de impacto orçamentário antes de aprovar patrocínios culturais? Favor encaminhar documentos que demonstrem essa análise.

O patrocínio da turnê "Tempo Rei" 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 Instrução Normativa SECOM nº 2/2019. Nesse sentido, a proposta de 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 SECOM, aprovado pelas autoridades competentes e analisado e aprovado pelo Departamento Jurídico dos Correios.

Quanto a cópias de documentos, informa-se que o processo é de acesso 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. Diante do exposto, quanto à disponibilização do documento, regista-se o desprovimento da solicitação nos termos do art. 6º, III e art. 22, caput, da Lei n.º 12.527/2011 c/c art. 5º, § 1º e art. 6º, I, do Decreto nº. 7.724/2012, a fim de preservar a competitividade e manter a governança corporativa dos Correios.

5. Há inadimplência dos Correios com obrigações trabalhistas, como repasses ao FGTS e plano de saúde dos funcionários? Informar valores e medidas adotadas.

As obrigações trabalhistas e os repasses do encargo referente ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS estão ocorrendo em total conformidade com a legislação correlata.

Acerca das indagações sobre os repasses à Postal Saúde, elucidamos que, em decorrência do cenário de enfrentamento e reequilíbrio da situação econômico-financeira dos Correios, ocorreram postergações pontuais, a partir de dezembro/2024 à Operadora de Saúde, com alinhamentos prévios junto àquela entidade, inclusive, acerca da progressiva regularização dos repasses.

Adicionalmente, destacamos que, em observância às disposições da [Resolução Normativa ANS Nº 566/2022](#), esta conjuntura não prejudica o cumprimento do referido dispositivo legal, portanto está mantida a garantia de atendimento dos beneficiários da Postal Saúde, para os quais é disponibilizada a Central de Atendimento, que direciona os beneficiários ao prestador que atenderá o serviço ou procedimento demandado especificamente, na hipótese de qualquer indisponibilidade na rede.

6. O Ministério das Comunicações foi consultado ou emitiu anuênciam sobre os patrocínios realizados pelos Correios? Em caso positivo, enviar cópias dos ofícios, notas técnicas ou pareceres.

A deliberação sobre o investimento em patrocínios competem aos Correios, mas o Ministério das Comunicações, como órgão supervisor dos Correios, possui livre acesso a todas as unidades e processos dos Correios para o exercício direto e indireto de suas competências.

2. Permanecemos à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos.

Respeitosamente,

GEVERSON NERY DE ALBUQUERQUE

Assessor Especial da Presidência

Assinado por Delegação de Competência, de acordo com a PRT/PRESI - 064/2025 (SEI nº 56835635)



Documento assinado eletronicamente por **Geverson Nery de Albuquerque, Assessor Especial**, em 21/05/2025, às 18:30, 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 **57696315** e o código CRC **0765F665**.



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