

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº , DE 2026
(Do Sr. Alfredo Gaspar)

Solicita informações ao Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Sidônio Cardoso Palmeira, acerca da execução, planejamento, critérios, controle e conformidade dos gastos da União com publicidade institucional e propaganda governamental em ano eleitoral, especialmente quanto à distribuição dos recursos, campanhas veiculadas, eventual antecipação de peças publicitárias e observância aos princípios da legalidade, impessoalidade e moralidade administrativa.

Senhor Presidente,

Requeiro a Vossa Excelência, com base no art. 50 da Constituição Federal e na forma dos arts. 115 e 116 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, que sejam solicitadas informações ao Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Sidônio Cardoso Palmeira, acerca da execução, planejamento, critérios, controle e conformidade dos gastos da União com publicidade institucional e propaganda governamental em ano eleitoral, especialmente quanto à distribuição dos recursos, campanhas veiculadas, eventual antecipação de peças publicitárias e observância aos princípios da legalidade, impessoalidade e moralidade administrativa.

Solicito que sejam respondidas as demandas que seguem, sem prejuízo do fornecimento de outras informações que reconheça como fundamentais e relevantes para a compreensão dos fatos:

1. Qual foi o valor total empenhado, liquidado e pago pela União com publicidade institucional e propaganda governamental, por órgão e por ação orçamentária, de 1º de janeiro até a data da resposta?
2. Desse total, quanto foi destinado especificamente à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, direta ou indiretamente, por meio de contratos próprios ou descentralizações?
3. Quais campanhas publicitárias compuseram o montante informado de R\$ 520 milhões, discriminando título da campanha, objeto, período de veiculação, agência responsável e valor contratado?
4. Qual é a estimativa oficial da Secom para o gasto total com publicidade institucional até 31 de dezembro de 2026?



5. Qual foi o critério técnico adotado para definir a distribuição da verba publicitária entre janeiro e junho, concentrando-se o maior volume antes do início do período de restrição eleitoral?
6. Houve planejamento específico para antecipação de campanhas em razão do defeso eleitoral? Em caso positivo, encaminhar os estudos, notas técnicas, pareceres e memorandos que embasaram essa decisão.
7. Informar se a Secom realizou análise de risco jurídico-eleitoral antes da aprovação das campanhas veiculadas em 2026, especialmente aquelas relacionadas ao Novo PAC, ao Plano Brasil Soberano, à COP30, à ampliação da faixa de isenção do Imposto de Renda e ao tema do fim da escala 6x1.
8. Qual a fundamentação jurídica utilizada pela Secom para concluir que as peças mencionadas se enquadram como publicidade institucional e não como publicidade vedada de cunho promocional?
9. Houve consulta formal à Advocacia-Geral da União, à Consultoria Jurídica da Presidência ou ao Tribunal Superior Eleitoral sobre a conformidade dessas campanhas? Se sim, encaminhar os pareceres.
10. Houve auditoria, controle interno ou revisão prévia sobre a execução desses gastos? Em caso positivo, encaminhar os relatórios, recomendações e eventuais apontamentos de conformidade.
11. Quantas agências de publicidade, veículos de comunicação e plataformas digitais foram contratados ou utilizados no período? Informar os respectivos valores pagos, por meio de planilha discriminada.
12. Houve contratação de impulsionamento em redes sociais com recursos públicos? Em caso positivo, informar objeto, valores, datas, plataformas e justificativa administrativa.
13. Quantas campanhas tiveram como foco programas, obras ou medidas ainda em tramitação legislativa ou pendentes de regulamentação? Informar quais e qual a justificativa para sua veiculação.
14. A Secom dispõe de estudo comparativo que demonstre a necessidade de elevação dos gastos em 2026 em relação a 2022? Em caso positivo, encaminhar o documento integral.
15. Considerando a vedação de uso da máquina pública para desequilibrar o processo eleitoral, quais medidas concretas a Secom adotou para assegurar neutralidade, impessoalidade e observância ao art. 37 da Constituição?
16. Houve orientação expressa para evitar associação da publicidade institucional à imagem pessoal do Presidente da República, ministros ou pré-candidatos? Se sim, qual?
17. Há previsão de suspensão, redução ou redirecionamento dos gastos com publicidade institucional a partir de 4 de julho de 2026 (defeso eleitoral)? Em caso positivo, informar o cronograma.

Justificação

A presente proposição visa obter esclarecimentos detalhados sobre a expressiva expansão dos dispêndios do Governo Federal com publicidade institucional em 2026, em contexto de ano eleitoral, conforme noticiado pela imprensa. Os dados divulgados indicam a liberação de montante relevante para campanhas de comunicação oficial, o que impõe ao Parlamento o



dever de fiscalizar a correta aplicação dos recursos públicos, bem como a aderência da execução orçamentária aos princípios constitucionais que regem a Administração Pública.

As perguntas formuladas buscam esclarecer não apenas o valor global empenhado, liquidado e pago, mas também a sua distribuição por órgão e ação orçamentária, a parcela efetivamente destinada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e a identificação das campanhas que compuseram o montante mencionado. Pretende-se, ainda, verificar se houve planejamento específico para antecipação de peças publicitárias em razão do período de restrição eleitoral, bem como quais critérios técnicos e jurídicos embasaram essa estratégia.

Torna-se igualmente necessário apurar se houve análise prévia de risco jurídico-eleitoral, consulta a órgãos de assessoramento jurídico e controle, auditoria interna ou revisão de conformidade, especialmente em relação a campanhas associadas a programas, obras e medidas em discussão no âmbito do Poder Executivo e do Congresso Nacional. A veiculação de publicidade institucional em ano eleitoral exige cautela redobrada, pois qualquer desvio de finalidade pode comprometer a isonomia entre os competidores políticos e caracterizar uso indevido da máquina pública.

Além disso, é indispensável saber se foram contratadas agências, veículos e plataformas digitais, inclusive com impulsionamento em redes sociais, bem como se houve campanha voltada a temas ainda pendentes de regulamentação ou tramitação legislativa. Esses dados permitem avaliar a extensão da comunicação institucional e verificar se ela se manteve dentro dos limites da finalidade pública, sem promoção pessoal de autoridades ou favorecimento político-eleitoral.

Por fim, a comparação dos gastos de 2026 com os de 2022 e a verificação de eventuais medidas de suspensão, redução ou redirecionamento a partir do início do defeso eleitoral são informações essenciais para que esta Casa exerça, com responsabilidade, sua função constitucional de fiscalização. O requerimento, portanto, atende ao interesse público, promove a transparência e contribui para a prevenção de irregularidades na utilização de recursos federais em período sensível do calendário democrático.

Sala das Sessões, em de julho de 2026

ALFREDO GASPAR
(PL/AL)

