SENADO FEDERAL

REQUERIMENTO Nº 463, DE 2025

Requer informações ao Senhor Sidônio Cardoso Palmeira, Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, sobre os gastos com publicidade e propaganda do Poder Executivo Federal e a contratação de profissionais de comunicação.

AUTORIA: Senadora Damares Alves (REPUBLICANOS/DF)

Página da matéria

SF/25565.33418-45 (LexEdit)

SENADO FEDERAL

REQUERIMENTO Nº DE

Requer que sejam prestadas, pelo Senhor Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Sidônio Cardoso Palmeira, informações detalhadas sobre os gastos com publicidade e propaganda do Poder Executivo Federal e a contratação de profissionais de comunicação, motivado pelo aumento expressivo dos gastos publicitários em contraste com a queda na aprovação governamental e questionamentos sobre a economicidade e transparência em contratações, como a da apresentadora Cissa Guimarães na EBC.

Senhor Presidente,

Requeiro, nos termos do art. 50, § 2º, da Constituição Federal e dos arts. 216 e 217 do Regimento Interno do Senado Federal, que sejam prestadas, pelo Senhor Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Sidônio Cardoso Palmeira, informações detalhadas sobre os gastos com publicidade e propaganda do Poder Executivo Federal e a contratação de profissionais de comunicação, motivado pelo aumento expressivo dos gastos publicitários em contraste com a queda na aprovação governamental e questionamentos sobre a economicidade e transparência em contratações, como a da apresentadora Cissa Guimarães na EBC.

SF/25565.33418-45 (LexEdit)

Nesses termos, requisita-se:

1. Dados Gerais de Gastos e Orçamento:

- Qual o valor total global gasto com publicidade e propaganda em cada ano (2023, 2024 e 2025 – até a presente data)?
- Qual o detalhamento desses gastos por cada órgão ou entidade da administração federal direta e indireta (ministérios, autarquias, fundações, empresas públicas, sociedades de economia mista e bancos públicos)?
- Qual o planejamento orçamentário (OGU) para os gastos com publicidade e propaganda para os exercícios de 2024 e 2025?
- Qual o balanço da execução orçamentária para 2024 (até a presente data), detalhado por órgão e tipo de gasto?

2. Contratação de Agências de Publicidade:

- Qual a relação completa de todas as agências de publicidade contratadas, com os respectivos valores totais repassados a cada uma, período de vigência dos contratos e objeto de cada serviço contratado? Solicito apresentar os extratos contratuais e seus aditivos, bem como os respectivos processos.
- Qual o detalhamento dos contratos firmados com as cinco agências que, comprovadamente, concentram a maior parte da verba publicitária do governo, especificando os critérios de seleção e os processos licitatórios que as credenciaram? Solicito apresentar os processos licitatórios completos, incluindo editais, propostas, atas de julgamento e pareceres técnicos e jurídicos.
- Houve contratações por dispensa ou inexigibilidade de licitação? Em caso afirmativo, qual a justificativa legal, a motivação para cada caso e quais pareceres técnicos e jurídicos e demais documentos

SF/25565.33418-45 (LexEdit)

norteadores embasaram tais decisões? Solicito apresentar a cópia integral dos processos de dispensa ou inexigibilidade.

3. Alocação por Tipo de Mídia e Veículo:

- Como se desmembram os gastos com publicidade por tipo de mídia (TV aberta, TV por assinatura, rádio, jornal impresso, revista, internet/digital, mídias sociais, *out of home* – OOH, cinema e outros), apresentando o valor total destinado a cada modalidade?
- Qual o detalhamento dos valores repassados a cada veículo de comunicação específico (nomes de emissoras, jornais, portais de internet, etc.), com a discriminação dos valores e períodos?
- Em relação aos bancos públicos (Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal), quais os critérios técnicos e comerciais que justificaram a retomada ou o aumento da veiculação de publicidade em veículos de comunicação ou plataformas digitais específicos, especialmente aqueles apontados como "alinhados ao governo"? Solicito apresentar os estudos, relatórios e pareceres que fundamentaram essas decisões.

4. Contratação de Profissionais de Comunicação (EBC e Similares):

- Qual o estudo técnico e a justificativa de economicidade que embasaram os valores praticados em contratos com profissionais de comunicação em empresas públicas, como o caso da Sra. Cissa Guimarães na EBC com salário de R$ 100.000 mensais (aumento de R$ 70.000 para R$ 100.000 em 2025), e gastos adicionais como R$ 16.000 para seu maquiador? Solicito apresentar todos os pareceres técnicos, jurídicos e demais documentos norteadores que fundamentaram essa contratação, incluindo o processo completo.

SF/25565.33418-45 (LexEdit)

- Houve processo seletivo ou licitatório para a contratação desses profissionais ou de outros com perfil/trabalho similar? Em caso negativo, qual a base legal para a dispensa ou inexigibilidade, os critérios específicos que levaram à escolha, e a apresentação de todos os documentos, pareceres e justificativas formais que fundamentaram a contratação direta? Solicito apresentar a cópia integral dos processos de contratação.
- Quais os indicadores de desempenho e resultados esperados para programas e projetos que contam com a participação desses profissionais de alto custo, e como as empresas públicas têm avaliado o retorno do investimento? Solicito apresentar os relatórios de avaliação de desempenho e de retorno do investimento.
- Quais os dados de outras contratações de profissionais com perfil similar, detalhando o perfil do profissional, remuneração, atividades desempenhadas, modalidade de contratação (por produto, por hora etc.), e os respectivos pareceres e documentos que as embasaram, para fins de comparação e análise da economicidade? Solicito apresentar a cópia integral dos processos de contratação.

5. Planejamento e Gestão das Contratações (PGC):

- As contratações de serviços de publicidade e propaganda, bem como as aquisições de espaços de mídia, foram devidamente planejadas e inseridas no Sistema PGC (Planejamento e Gerenciamento de Contratações) de cada órgão ou entidade responsável, para os exercícios de 2023, 2024 e 2025? Em caso afirmativo, quais os respectivos comprovantes dessa inserção?

SF/25565.33418-45 (LexEdit)

- Quais os Planos Anuais de Contratações (PACs) que contemplem os serviços de publicidade e propaganda, incluindo suas versões originais e eventuais alterações? Solicito a cópia dos documentos.
- Quais foram os Estudos Preliminares e o Gerenciamento de Riscos elaborados para as contratações de publicidade, conforme exigido pelo PGC, e como eles subsidiaram a tomada de decisão? Solicito a cópia integral desses documentos e dos pareceres que os aprovaram.
- De que forma o planejamento das contratações de publicidade, via PGC, se articula com a proposta orçamentária e o planejamento estratégico de cada órgão ou entidade? Solicito a apresentação dos documentos de alinhamento e das normas internas.

6. Conformidade Normativa, Fiscalização e Auditoria:

- Quais os procedimentos adotados para assegurar a estrita observância da Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos) e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023 em todas as etapas das contratações de publicidade e propaganda? Solicito a apresentação dos fluxogramas e normas internas de controle.
- Houve alguma ressalva, questionamento ou recomendação por parte dos órgãos de controle (e.g., Tribunal de Contas da União - TCU, Controladoria-Geral da União - CGU) ou da assessoria jurídica interna relacionada à aplicação dessas normas nas contratações de publicidade? Em caso afirmativo, quais medidas foram tomadas e quais os relatórios, pareceres e comunicações oficiais pertinentes? Solicito a cópia desses documentos.
- Qual o fluxo de fiscalização e monitoramento contínuo desses contratos, bem como a descrição dos procedimentos de auditoria interna aplicados aos gastos com publicidade e propaganda, e quais

SF/25565.33418-45 (LexEdit)

os resultados das auditorias mais recentes? Solicito a apresentação dos manuais de fiscalização e dos relatórios de auditoria.

7. Natureza e Finalidade das Campanhas:

- Do total de gastos com publicidade e propaganda, qual o percentual e o valor absoluto destinado especificamente a campanhas de utilidade pública, tais como: promoção dos direitos de crianças e adolescentes, idosos e pessoas com deficiência, prevenção de violência contra mulheres, educação em saúde (ex: vacinação, prevenção de doenças, risco do uso de cigarros eletrônicos), prevenção a golpes e fraudes (ex: INSS), risco dos jogos de azar, campanhas de incentivo à doação (ex: órgãos, sangue, leite materno), defesa civil, ou outras de caráter informativo essencial à população?
- Quais os exemplos concretos e detalhados dessas campanhas de utilidade pública, com seus respectivos orçamentos, períodos de veiculação e resultados alcançados? Solicito apresentar os planos de campanha e os relatórios de execução.
- Quais os critérios e diretrizes internas da SECOM ou de outros órgãos envolvidos para distinguir entre campanhas de caráter estritamente institucional e de utilidade pública, e aquelas que, embora possam divulgar atos de governo, podem ser percebidas como promoção da imagem do Presidente da República ou do governo em geral? Solicito a apresentação das normas e pareceres que orientam essa distinção.
- Diante da flutuação na popularidade do governo, quais medidas são adotadas para garantir que as campanhas publicitárias financiadas com recursos públicos foquem primordialmente na informação de interesse público e não se configurem como autopromoção da

SF/25565.33418-45 (LexEdit)

figura do Presidente da República ou de membros do governo, em alinhamento ao princípio da impessoalidade?

8. Objetivos e Avaliação de Campanhas:

- Para as principais campanhas publicitárias veiculadas, quais os objetivos específicos definidos para cada uma, o público-alvo e os resultados esperados? Solicito apresentar os planos de mídia e *briefings* das campanhas.
- Quais as metodologias e os indicadores de desempenho utilizados para avaliar a efetividade, o alcance e o impacto de cada campanha?
- Quais os relatórios de avaliação ou *dashboards* que demonstrem o atingimento (ou não) dos objetivos propostos para as campanhas, incluindo os dados brutos e análises correspondentes? Solicito a cópia dos relatórios de avaliação de resultados.

9. Transparência e Controle (Geral):

- Quais mecanismos de transparência são utilizados para dar publicidade aos gastos com propaganda governamental, além do Portal da Transparência?
- Houve detecção de quaisquer irregularidades, desconformidades ou impropriedades nos processos licitatórios ou na execução dos contratos de publicidade? Em caso afirmativo, quais as providências administrativas e/ou judiciais adotadas, com o envio de cópias dos processos e decisões?
- Quais medidas foram adotadas para prevenir conflitos de interesse na contratação das agências e na veiculação da publicidade, especialmente considerando relações pessoais de diretores ou sócios de agências com membros do governo ou da Secom?

SF/25565.33418-45 (LexEdit)

JUSTIFICAÇÃO

A publicidade governamental é uma ferramenta essencial para informar a população e promover a cidadania, divulgando políticas de interesse coletivo, prevenindo crimes e golpes, e incentivando ações de utilidade pública. É fundamental que o Estado se comunique eficazmente para cumprir sua função social e proteger seus cidadãos.

Contudo, a gestão e os custos dessas verbas exigem a máxima transparência e escrutínio público, dada a natureza dos recursos envolvidos. Os gastos com publicidade devem seguir rigorosamente os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, conforme a Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos) e a Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, que visam aprimorar a governança e o uso racional dos recursos.

Nos últimos meses, reportagens e análises têm levantado sérios questionamentos sobre o volume e a destinação das verbas de publicidade do atual Governo Federal. O Atual Governo Federal tem aumentado consideravelmente seus gastos com publicidade de maneira inversamente proporcional ao resultado de pesquisas sobre a aceitação de seu governo. A título de exemplo, a notícia do super salário da apresentadora Cissa Guimarães em junho de 2025 na EBC, que subiu para R$ 100.000 mensais, gerou críticas sobre o valor elevado para uma empresa pública, a ausência de licitação no contrato, e a relação entre o investimento e a audiência do programa "Sem Censura". Este caso é emblemático da preocupação com a aplicação de recursos públicos em comunicação.

Dúvidas sobre a real finalidade para uso desses recursos nos assombram ainda mais quando notícias de maiores gastos na área coincidem com a divulgação de pesquisas sobre o desempenho do governo e, em especial, sobre a atuação do Presidente da República. Um exemplo é a informação da pesquisa Genial/Quaest de 4 de junho de 2025, que aponta a desaprovação do governo Lula atingindo 57% (conforme noticiado em https://cbn.globo.com/politica/noticia/2025/06/04/desaprovacao-

SF/25565.33418-45 (LexEdit)

do-governo-lula-chega-a-57percent-diz-pesquisa-genialquaest.ghtml).
Essa flagrante disparidade entre o aumento dos investimentos em publicidade e a percepção pública da gestão, exige uma fiscalização aprofundada para garantir que a máquina pública sirva, de fato, ao cidadão brasileiro e não a interesses de autopromoção.

Adicionalmente, a projeção de que o investimento em publicidade possa atingir R$ 3,5 bilhões em 2025 é um valor considerável, que contrasta nitidamente com as várias tentativas de cortes em programas sociais vitais com alegação de restrições orçamentárias, como o Benefício de Prestação Continuada (BPC) ou a dificuldade na garantia de pensões para crianças com microcefalia decorrente do vírus Zika. Essa disparidade na alocação de recursos impõe uma rigorosa fiscalização sobre a prioridade e a justificativa de cada gasto.

Considerando o papel fiscalizador do Congresso Nacional e a necessidade de assegurar a correta e eficiente aplicação dos recursos públicos, é imperativo que o Senado Federal obtenha dados precisos e abrangentes sobre os gastos com publicidade e propaganda. As informações solicitadas visam não apenas esclarecer a sociedade sobre o uso dessas verbas, mas também subsidiar eventuais auditorias e investigações futuras, garantindo a lisura, a conformidade legal e a aderência às ferramentas de planejamento e gestão de contratações públicas, bem como a adequação de sua finalidade aos princípios republicanos e sociais.

Sala das Sessões, 16 de junho de 2025.

Senadora Damares Alves