



ANEXO III

BRIEFING

1. SITUAÇÃO GERAL

O Ministério da Fazenda (MF) é órgão integrante da Administração Pública Federal direta, responsável pela formulação e execução da política econômica do país. Sua missão é formular, implementar e gerir políticas e reformas econômicas para o desenvolvimento e crescimento sustentável, com equilíbrio fiscal, equidade social e mitigação dos efeitos adversos das mudanças climáticas. A visão é ser reconhecido pela eficiência na formulação de políticas públicas baseadas em evidências, alinhadas à redução das desigualdades, estabilidade macroeconômica e inserção internacional do Brasil.

Mudanças recentes:

Com a Lei nº 14.600/2023 e o Decreto nº 11.907/2024, o antigo Ministério da Economia foi extinto, dando origem ao atual Ministério da Fazenda e outras três pastas correlatas. O MF passou por reestruturação administrativa, definição de novo Planejamento Estratégico (2023-2027) e integração de políticas econômicas, fiscais e de transformação ecológica.

Áreas de competência:

- Moeda, crédito, instituições financeiras, seguros e previdência privada aberta.
- Política e administração tributária e aduaneira.
- Administração financeira e contabilidade públicas.
- Dívida pública interna e externa.
- Negociações econômicas e financeiras nacionais e internacionais.
- Fiscalização e controle do comércio exterior.
- Autorização e regulamentação de atividades como loterias, consórcios e promoções comerciais.

Canais de comunicação atuais:

Site oficial (gov.br/fazenda), redes sociais (X, Instagram, LinkedIn, Facebook, TikTok, Kwai, Threads) e ações com a imprensa nacional, regional e internacional.

Atualmente, a publicidade e a transparência das ações, medidas e serviços desempenhados pelo Ministério da Fazenda vêm sendo realizadas por meio da divulgação das informações e dados pelos canais oficiais de comunicação institucional da Pasta como o site oficial da instituição (gov.br/fazenda) e das suas redes sociais. Além disso, há um trabalho contínuo e estratégico de divulgação de suas ações junto a imprensa nacional, regional e internacional, e a outros públicos interessados, por meio de sua Assessoria de Comunicação Social, com a

promoção de coletivas, eventos, divulgação de conteúdos , além do atendimento diário a jornalistas, produtores de conteúdo etc, sem prejuízo de ações de transparência passiva como a Lei de Acesso à Informação.

Pelos princípios da eficiência e publicidade, o Ministério da Fazenda tem o dever de divulgação oficial de seus atos administrativos, bem como, as ações dos agentes públicos a ele relacionados, na defesa dos interesses da coletividade permitindo livre acesso dos indivíduos às informações que tenham interesse, dando transparência à atuação administrativa. É importante destacar, no entanto, que determinadas ações do Ministério da Fazenda requerem responsabilidade e cuidado no tocante à definição do momento e oportunidade adequados para divulgação, por se tratarem de informações sensíveis, com impacto direto no mercado financeiro a fim de evitar qualquer interferência ou prejuízo ao interesse público e a ordem econômica e financeira.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Construir e executar estratégia integrada de comunicação institucional capaz de:

- Ampliar a compreensão e percepção positiva das ações do MF.
- Comunicar impactos concretos das políticas econômicas na vida da população.
- Combater desinformação e ruídos em pautas técnicas sensíveis.
- Diferenciar e posicionar o MF como referência em transparência e inovação na comunicação pública

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICOS

Objetivos gerais:

- Posicionar o Ministério da Fazenda como instituição transparente, inovadora e próxima da sociedade, fortalecendo sua imagem e ampliando o entendimento das políticas econômicas.
- Criar, implementar e desenvolver uma estratégia de comunicação eficaz e inovadora para um novo posicionamento institucional do Ministério que dialogue com o público em geral e com os segmentos de públicos específicos, tendo em vista uma ampla divulgação das ações realizadas pelo Ministério Fazenda;
- Informar a população brasileira sobre o impacto das políticas econômicas e da implementação de políticas públicas, detalhando e explicando aspectos que mudam a vida das pessoas e dos diversos setores que compõem a economia do País;
- Planejar, efetivar e monitorar as soluções propostas para a comunicação corporativa de modo a garantir uma comunicação eficiente, a mensuração de seus efeitos e a otimização dos recursos aplicados;
- Disseminar ações e iniciativas bem-sucedidas para a sociedade em geral, tendo em vista

a importância de tornar público o trabalho realizado pelo Ministério da Fazenda em suas diversas competências;

- Criar e executar ações inovadoras, por meio de canais eficazes, para que as informações de interesse público sejam corretamente disseminadas;
- Implantar as competências previstas para Assessoria de Comunicação Social conforme o Decreto nº 11.907, de 30 de janeiro de 2024, e a Política de Comunicação Integrada do Ministério da Fazenda, instituída por meio da Portaria nº 811 de 21 de maio de 2024.

As competências da Assessoria Especial de Comunicação definidas no Decreto 11.907, de 30 de janeiro de 2024, são:

I - planejar, coordenar e executar a Política de Comunicação Social do Ministério, em consonância com as diretrizes definidas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;

II - assistir o Ministro de Estado e as demais unidades administrativas do Ministério:

a) nos assuntos de comunicação social, imprensa, publicidade e eventos e nas ações de comunicação que utilizem os meios eletrônicos internet e intranet;

b) na coordenação da comunicação interministerial e das ações de informação e difusão das políticas do Ministério;

c) no relacionamento com meios de comunicação e entidades dos setores de comunicação e nas atividades de relacionamento público-social;

d) no relacionamento com a imprensa regional, nacional e internacional;

e) no apoio aos órgãos integrantes do Ministério no relacionamento com a imprensa; e

f) na organização e no desenvolvimento de sistemas de informação e pesquisa de opinião pública;

III - planejar e executar ações de comunicação para a divulgação de políticas públicas vinculadas ao Ministério;

IV - receber, analisar e processar as solicitações de entrevistas e informações encaminhadas pelos veículos de comunicação;

V - produzir material jornalístico e institucional para a divulgação das ações do Ministério;

VI - propor o desenvolvimento de campanhas publicitárias, de caráter institucional, para divulgar ações, programas e resultados relativos ao trabalho do Ministério;

VII - coordenar a produção de conteúdo de notícias, materiais digitais, audiovisuais e publicitários, para a ampla divulgação das ações realizadas

pelo Ministério;

VIII - acompanhar e selecionar as notícias publicadas na imprensa que sejam de interesse do Ministério; e

IX - orientar as atividades de comunicação social no âmbito do Ministério.

A Política de Comunicação Integrada do Ministério da Fazenda, instituída por meio da [Portaria nº 811 de 21 de maio de 2024](#), definiu os princípios:

I - respeito aos princípios da Administração Pública;

II - fortalecimento e preservação da imagem institucional;

III - prestação de informações de forma clara, precisa e tempestiva, com foco no interesse público;

IV - alinhamento à visão estratégica, associando as ações de comunicação integrada à identidade e aos objetivos estratégicos; e

V - utilização dos canais de comunicação institucional em consonância com as normas e procedimentos vigentes, de forma integrada.

O artigo Art. 7º da Política de Comunicação Integrada do Ministério da Fazenda destaca as competências da Assessoria Especial de Comunicação Social:

I - propor normas e procedimentos ao Comitê Estratégico de Comunicação Integrada - CECI;

II - coordenar a gestão do atendimento às demandas dos veículos de imprensa;

III - supervisionar o planejamento de atuação junto às mídias tradicionais, digitais, eletrônicas e impressas do Ministério;

IV - implementar ações nas redes sociais que fortaleçam a presença digital do governo, combatendo a desinformação e divulgando conteúdo relevante para a população;

V - ampliar a presença do Ministério nas diversas plataformas digitais com o objetivo de promover acesso às informações, serviços e políticas públicas de interesse dos cidadãos;

VI - orientar os servidores do Ministério, em suas relações com os veículos de imprensa e, em especial, suas interações nas mídias digitais, prevenindo contra a exposição do Ministério às situações adversas ou crises;

VII - avaliar continuamente, em conjunto com os pontos focais das Secretarias e dos órgãos do Ministério, os resultados das ações de comunicação integrada;

VIII - conduzir as ações de comunicação integrada no âmbito do gerenciamento de crises;

IX - promover, em conjunto com os pontos focais das Secretarias e dos órgãos, a capacitação de gestores de cada unidade para o

aperfeiçoamento de aptidões necessárias ao desenvolvimento de ações de comunicação integrada; e

X - planejar as ações de publicidade de utilidade pública, no âmbito do Ministério, por meio do Plano Anual de Comunicação junto à Secom.

Objetivos específicos:

- Elevar em 25% o engajamento nos canais digitais do MF em 6 meses.
- Ampliar em 20% a presença positiva do MF na mídia nacional e regional.
- Implementar campanhas segmentadas para públicos estratégicos (mercado financeiro, imprensa especializada, sociedade civil).
- Traduzir temas técnicos em linguagem acessível, com foco em utilidade pública.
- Aumentar a taxa de resposta positiva a demandas da imprensa em até 4 horas.

4. PÚBLICOS-ALVO

Prioritários:

- Cidadãos brasileiros impactados por políticas fiscais e econômicas.
- Mercado financeiro.
- Imprensa nacional, regional e internacional.
- Órgãos da Administração Pública (três poderes, três esferas).

Secundários:

- Organismos internacionais (ex.: OCDE).
- Setores produtivos.
- Acadêmicos, pesquisadores e estudantes.
- Investidores.
- Servidores e colaboradores internos.

Perfis:

Sociodemográfico: 18+, ambos os sexos, escolaridade variada, abrangência nacional e internacional.

Psicológico/comportamental: Interesse em economia, finanças públicas, políticas de desenvolvimento e reformas.

Razões de uso/adesão: Busca por informação oficial confiável; compreensão de impactos diretos em renda, impostos, crédito e oportunidades de negócio.

PRAÇAS

- Nacional
- Regional
- Internacional

5. PERÍODO

6 meses

6. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

R\$ 7 milhões

7. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

- Informações divulgadas pelo Governo Federal, especificamente pelo Ministério da Fazenda em sua página na Internet (gov.br/fazenda) e suas redes sociais oficiais que geralmente possuem repercussão amplamente publicada na grande imprensa e imprensa especializada e junto à população .

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Site:

- Página Oficial do Ministério da Fazenda: <https://www.gov.br/fazenda/pt-br>

Redes Sociais do Ministério da Fazenda:

- X: @MinFazenda - <https://x.com/minfazenda?s=11>
- Instagram: @Min.fazenda - <https://www.instagram.com/reel/DJaFRy9Sk3U/?igsh=OXU4ZmswbXp2bjdn>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/ministeriodafazenda/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/share/1ZFKcKhktp/?mibextid=wwXlfr>
- Tiktok: https://www.tiktok.com/@ministeriodafazenda?_t=ZM-8wJzNbMWngL&_r=1

- Kwai: <https://k.kwai.com/u/@minfazenda/7ISCojf4>
- Threads: <https://www.threads.com/@min.fazenda>

10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Desde 2023, em sua atual formação, definida pela Lei nº 14.600, de 19 de junho de 2023, o Ministério da Fazenda tem atuado na construção de projetos e ações importantes que impactam a vida da população do país. O [Programa Desenrola Brasil](#), por exemplo, possibilitou a renegociação de dívidas dos brasileiros, beneficiando mais de 15 milhões de pessoas e reduzindo a inadimplência entre a população mais vulnerável do país e entre aqueles que estavam com o nome negativado. A época foram realizadas campanhas de divulgação de informações em parceria com a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom/PR).

A Pasta também realizou uma série de ações para informar e esclarecer os diversos públicos interessados acerca da tramitação da [Reforma Tributária](#) junto ao Congresso Nacional. À época foram propostos slogans (ex: *Com a Reforma Tributária, o Brasil cresce e todos ganham*).

Também foram propostas [medidas de fortalecimento da regra fiscal](#) em que também foram propostos slogans (ex: *Brasil mais forte. Governo Eficiente. País Justo.*); a construção de um Plano de Transformação Ecológica – Novo Brasil em que se definiu também um slogan (ex: *Um nova Economia. Um novo Futuro*).

Documento assinado eletronicamente

LIGIA BORGES PEREIRA

Assessor Técnico



Documento assinado eletronicamente por **Ligia Borges Pereira**, Assessor(a) Técnico(a), em 14/08/2025, às 16:08, 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 deste documento pode ser conferida no site https://colaboragov.sei.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **53040706** e o código CRC **FD24105C**.