



**PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
SECRETARIA GERAL  
SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
SECRETARIA DE GESTÃO E CONTROLE**

Relatório de Gestão do exercício de 2016

Brasília (DF), 2017

**PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
SECRETARIA GERAL  
SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
SECRETARIA DE GESTÃO E CONTROLE**

**Relatório de Gestão do exercício de 2016**

Relatório de Gestão do exercício de 2016, apresentado aos órgãos de controle interno e externo como prestação de contas anual a que esta Unidade está obrigada, nos termos do art. 70 da Constituição Federal, elaborado de acordo com as disposições da IN TCU nº 63/2010, da DN TCU nº 154/2016 e DN TCU nº 156/2016.

**Secretaria de Gestão e Controle**

**Brasília (DF), 2017**

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Organograma Funcional da Secom/PR – Decreto nº 6.377/2008.....	13
Figura 2 – Organograma Funcional da Secom/PR – Decreto nº 6.377/2008.....	13
Figura 3 – Cadeia de Valor da Secom/PR.....	51
Figura 4 – Mapa Estratégico da Secom/CC/PR 2015 – 2020.....	53

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro A.1.2.1 – Organograma Funcional da Secom/CC/PR.....	15
Quadro A 2.3.1.1 – Ação 20CT.....	64
Quadro A 2.3.1.2 – Ação 2017.....	65
Quadro A 2.3.1.3 – Ação 2675.....	86
Quadro A 2.3.1.4 – Ação 4641.....	94
Quadro A.2.3.3 (1) – Restos a pagar.....	99
Quadro A.2.3.4 (1) – Despesas por Modalidade de Contratação.....	101
Quadro A.2.3.4 (2) – Despesas Correntes por grupo e elemento de despesa.....	102
Quadro A.4.1.1.1 – Força de Trabalho da Secretaria Especial de Comunicação.....	104
Quadro A.4.1.1.2 – Lotação Efetiva.....	105
Quadro A.4.1.1.3 – Detalhamento da estrutura.....	105
Quadro A.4.1.2 – Despesas do pessoal – Secretaria Especial de Comunicação Social da Casa Civil.....	106
Quadro A.4.1.3 Composição do quadro de estagiários dos órgãos da Secom/CC/PR em 2016.....	107
Quadro A.7 (1) – Resumo das Determinações/Recomendações – TCU.....	118
Quadro A.7 (2) – Resumo das Determinações/Recomendações – Ciset/PR.....	119
Quadro A.7.1.1 (1) – Acórdão 7197/2012.....	122
Quadro A.7.1.1 (2) – Acórdão 822/2014.....	124
Quadro A.7.1.1 (3) – Acórdão 3680/2014.....	125
Quadro A.7.1.1 (4) – Acórdão 6500/2015.....	126
Quadro A.7.1.1 (5) – Acórdão 6500/2015.....	128
Quadro A.7.2.1 (1) – Relatório de Auditoria Especial nº 4/2013.....	129
Quadro A.7.2.1 (2) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014.....	131
Quadro A.7.2.1 (3) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014.....	133
Quadro A.7.2.1 (4) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014.....	134

Quadro A.7.2.1 (5) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014.....	135
Quadro A.7.2.1 (6) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014.....	136

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 01 – Propostas de Patrocínio.....	24
Tabela 02 – Veículos cadastrados no MidiaCad.....	27
Tabela 03 – Quantidade de eventos realizados na Casa Brasil.....	30
Tabela 04 – Volume de ações submetidas à Secom//CC/PR.....	33
Tabela 05 – Imprensa Nacional – Eventos.....	35
Tabela 06 – Bom dia Ministro – Programas.....	37
Tabela 07 – Brasil em Pauta – Programas.....	37
Tabela 08 – Ações Imprensa Regional – Consolidado.....	39
Tabela 09 – Entrevistas no Brasil - Presidente Dilma Rousseff.....	42
Tabela 10 – Entrevistas no Brasil – Presidente Michel Temer.....	42
Tabela 11 – Entrevistas no Exterior – Presidente Dilma Rousseff.....	43
Tabela 12 – Entrevistas no Exterior – Presidente Michel Temer.....	43
Tabela 13 – Viagens ao Exterior – Presidente Dilma Rousseff.....	43
Tabela 14 – Viagens ao Exterior – Presidente Michel Temer.....	43
Tabela 15 – Eventos Internacionais no Brasil – Coordenação de Imprensa.....	43
Tabela 16 – Coletivas audiências internacionais no Brasil – Presidente Dilma Rousseff.....	44
Tabela 17 – Coletivas audiências internacionais no Brasil – Presidente Michel Temer.....	44
Tabela 18 – Audiência com autoridades e empresários – Presidente Dilma Rousseff.....	44
Tabela 19 – Audiência com autoridades e empresários – Presidente Michel Temer.....	44
Tabela 20 – Encontros Chefe de Estado e de Governo – Presidente Dilma Rousseff.....	45
Tabela 21 – Encontros Chefe de Estado e de Governo – Presidente Michel Temer.....	45
Tabela 22 – Entrevistas para correspondentes estrangeiros.....	47
Tabela 23 – Por Dentro do Governo – Entrevistas.....	48
Tabela 24 – Planejamento .....	50
Tabela 25 – Projetos da Secretaria de Publicidade e Promoção – SPP.....	56
Tabela 26 – Projetos da Secretaria de Imprensa – SIMP.....	56
Tabela 27 – Projetos da Assessoria de Articulação.....	56
Tabela 28 – Projetos da Comunicação Digital.....	57
Tabela 29 – Projetos da Secretaria de Gestão e Controle.....	57

Tabela 30 – Ações Orçamentárias.....	63
Tabela 31 – Outros contratos.....	66
Tabela 32 – Eventos.....	69
Tabela 33 – Relações Públicas no Exterior – Apoio Viagens.....	82
Tabela 34 – Relações Públicas no Exterior – <i>Fact Sheet</i> .....	82
Tabela 35 – Relações Públicas no Exterior – Ações de Comunicação.....	82
Tabela 36 – Relações Públicas no Exterior – Coletivas de Imprensa.....	82
Tabela 37 – Relações Públicas no Exterior – Treinamento Porta-Voz.....	82
Tabela 38 – Relações Públicas no Exterior – Teleconferência.....	83
Tabela 39 – Relações Públicas no Exterior – Viagens de Familiarização.....	83
Tabela 40 – Relações Públicas no Exterior – Perfis de Jornalistas.....	83
Tabela 41 – Relações Públicas no Exterior – Planejamento de Ações.....	83
Tabela 42 – Pesquisas de Opinião Pública.....	84
Tabela 43 – Planejamento Pesquisa.....	84
Tabela 44 – Resumo de atividades – RMC.....	87
Tabela 45 – Resumo de atividades – TV NBR.....	92
Tabela 46 – Indicadores de Eficácia – Pré-teste.....	98
Tabela 47 – Indicadores de Eficácia – Pós-teste.....	98
Tabela 48 – Indicador de Eficiência – Alcance e Frequência.....	98
Tabela 49 – Despesas Contratação de Consultores Unesco.....	108
Tabela 50 – Lei de Acesso à Informação.....	114
Tabela 51 – Despesas com Publicidade.....	137
Tabela 52 – Contratos de Publicidade.....	137

## **LISTA DE ANEXOS**

Anexo I – PPA – Espelho de Monitoramento 2016.....	138
Anexo II – Pré-Teste – Campanha Bandeiras Tarifárias.....	141
Anexo III – Pós-Teste - Campanha Bandeiras Tarifárias.....	144
Anexo IV – Pré-Teste Campanha Intolerância Religiosa.....	148
Anexo V – Pré-Teste Campanha Prestação de Contas.....	152
Anexo VI – Pós-Teste - Campanha Prestação de Contas.....	156
Anexo VII – Pré-Teste – Reforma da Previdência.....	159
Anexo VIII – Balanço Financeiro – UG110319.....	163

Anexo IX – Balanço Financeiro – UG110574.....	164
Anexo X – Balanço Orçamentário – UG110319.....	165
Anexo XI – Balanço Orçamentário – UG110574.....	168
Anexo XII – Balanço Patrimonial – UG110319.....	171
Anexo XIII – Balanço Patrimonial – UG110574.....	173
Anexo XIV – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG110319.....	175
Anexo XV – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG110574.....	178

## **SUMÁRIO**

<b>APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>1 VISÃO GERAL DA UNIDADE .....</b>	<b>10</b>
1.1 Finalidades e Competências .....	10
1.2 Organograma.....	12
1.3 Macroprocessos Finalísticos .....	19
1.4 Ações relevantes por Macroprocesso Finalístico .....	24
<b>2 PLANEJAMENTO ORGANIZACIONAL E RESULTADOS .....</b>	<b>50</b>
2.1 Planejamento Estratégico .....	50
2.2 Planejamento de Comunicação .....	60
2.3 Desempenho orçamentário .....	63
<b>3 GOVERNANÇA.....</b>	<b>103</b>
3.1 Atividades de Correição e de apuração de ilícitos administrativos.....	103
3.2 Gestão de Riscos e Controles Internos .....	103
<b>4 ÁREAS ESPECIAIS DE GESTÃO.....</b>	<b>104</b>
4.1 Gestão de Pessoas.....	104
4.2 Gestão de patrimônio e infraestrutura .....	109
4.3 Gestão da Tecnologia da Informação – Sistemas de Apoio à Gestão .....	109
4.4 Gestão ambiental e sustentabilidade .....	113
<b>5 RELACIONAMENTO COM A SOCIEDADE.....</b>	<b>113</b>
5.1 Canais de acesso ao cidadão .....	113
5.2 Carta de Serviço ao Cidadão .....	114
5.3 Mecanismos de transparência das informações relevantes sobre a atuação da unidade .....	114
<b>6 DESEMPENHO FINANCEIRO E INFORMAÇÕES CONTÁBEIS .....</b>	<b>116</b>
6.1 Tratamento contábil da depreciação, da amortização e da exaustão de itens do patrimônio e avaliação e mensuração de ativos e passivos .....	116
6.2 Sistemática de apuração de custos no âmbito da unidade .....	116
6.3 Demonstrações contábeis exigidas pela Lei 4.320/64 e notas explicativas.....	117
<b>7 CONFORMIDADE DA GESTÃO E DEMANDAS DE ÓRGÃOS DE CONTROLE.....</b>	<b>117</b>
7.1 Tratamento de determinação e recomendações do TCU.....	122
7.2 Tratamento de recomendações do Órgão de Controle Interno – OCI.....	129
7.3 Medidas Administrativas para apuração de responsabilidade por danos ao Erário .....	136
7.4 Demonstração da conformidade do cronograma de pagamentos de obrigações com o art. 5º da Lei 8.666/1993.....	136

7.5 Informações sobre a revisão dos contratos vigentes firmados com empresas beneficiadas pela desoneração da folha de pagamento .....	137
7.6 Informações sobre ações de publicidade e propaganda .....	137
<b>ANEXOS .....</b>	<b>138</b>

## APRESENTAÇÃO

O Relatório de Gestão – 2016 da Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria Geral da Presidência da República baseia-se na prestação de contas anual a que esta Unidade está obrigada, nos termos do art. 70 da Constituição Federal, elaborado de acordo com as disposições da IN TCU nº 63/2010, da DN TCU nº 154/2016 e DN TCU nº 156/2016.

Este Relatório apresenta uma visão geral sobre a Secretaria Especial de Comunicação Social da Casa Civil da Presidência da República – Secom/CC/PR, no exercício de 2016, além de trazer informações sobre planejamento organizacional e resultados alcançados, governança, gestão de pessoas, relacionamento com a sociedade, execução orçamentária e financeira, conformidade da gestão e demandas de órgãos de controle interno e externo e outras informações consideradas relevantes.

Importante ressaltar que a partir de maio de 2016, com a publicação da Medida Provisória nº 726/2016 (convertida na Lei nº 13.341/2016), a então Secom/PR passou a compor a estrutura da Casa Civil, que absorveu as competências institucionais da Secretaria relacionadas à implementação da política de comunicação social do Governo Federal, instituindo assim a Secretaria Especial de Comunicação da Casa Civil da Presidência da República – Secom/CC/PR.

Diante da especificidade dos trabalhos desenvolvidos pela Secom/CC/PR, decidiu-se pela prestação de contas por meio de relatório de gestão individual, ou seja, a Secretaria, para o exercício de 2016, está autorizada pelo Tribunal de Contas da União – TCU a realizar a sua prestação de contas de maneira autônoma à Casa Civil.

## **1 VISÃO GERAL DA UNIDADE**

### **1.1 Finalidades e Competências**

A Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – Secom/PR – foi instituída pela Lei nº 6.650, de 23 de maio 1979, no governo do presidente João Figueiredo.

As atribuições de planejamento, execução e controle, inclusive dos contratos de publicidade e da comunicação social de governo cabiam à Radiobrás. A estas atribuições somam-se as atividades intrínsecas a sua natureza, como: radiodifusão educativa, recreativa e institucional do governo.

Desde sua constituição, a Secom/PR agregou funções e responsabilidades. Redações mais recentes passaram a atribuir ao órgão a coordenação, supervisão e controle da publicidade dos órgãos e das entidades da administração pública federal, direta e indireta, além da convocação de redes obrigatórias de rádio e televisão para pronunciamentos oficiais do presidente da República e dos ministros.

Em 28 de maio de 2003, alterações feitas pela Lei nº 10.683, que trata da estrutura da Presidência da República, e pelo Decreto nº 4.799, sobre a comunicação de governo do Poder Executivo federal, deram à Secom/PR a responsabilidade pelo assessoramento sobre gestão estratégica nacional. Outra responsabilidade adquirida foi da centralização das ações de comunicação institucional e de utilidade pública do Governo Federal, que antes contavam com ações isoladas das assessorias dos ministérios e outras entidades públicas.

No Decreto nº 5.849, de 18.6.2006, o órgão passou a integrar a estrutura da Secretaria-Geral da Presidência da República, com o nome de Subsecretaria de Comunicação Institucional. As últimas alterações foram efetuadas pela Lei nº 11.497/07, que dentre outras mudanças retorna ao nome inicial, ou seja, Secretaria de Comunicação Social, e incorpora a antiga Secretaria de Imprensa e Porta-Voz, assumindo a competência de assistir direta e imediatamente o presidente da República no desempenho de suas atribuições.

Em decorrência do Decreto nº 6.555/2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal, também compete à Secom/PR exercer a função de órgão central do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal (Sicom), do qual fazem parte os órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal que tenham a atribuição de gerir ações de comunicação.

O mesmo Decreto assinala que à Secom/PR cabe, ainda, exercer as seguintes principais funções na execução das ações de publicidade e patrocínio:

- Coordenar o desenvolvimento e a execução das ações de publicidade

institucional ou de utilidade pública e as de patrocínio, de responsabilidade dos integrantes do Sicom, que exijam esforço integrado de comunicação; supervisionar o conteúdo de comunicação das ações de publicidade institucional ou de utilidade pública e as de patrocínio, de responsabilidade dos integrantes do Sicom.

- Controlar, nas ações submetidas à sua aprovação, a observância dos objetivos e diretrizes previstos nesse Decreto, no tocante ao conteúdo de comunicação e aos aspectos técnicos de mídia.
- Editar políticas, diretrizes, orientações e normas complementares a esse Decreto; planejar, desenvolver e executar as ações de comunicação realizadas com recursos orçamentários da Presidência da República.
- Coordenar negociações de parâmetros para compra de espaços e/ou tempos publicitários de mídia pelos órgãos e entidades do Poder Executivo federal.
- Coordenar, supervisionar e normatizar o funcionamento do Comitê de Patrocínios.
- Definir a adoção de critérios de utilização de marcas para ações de publicidade e de patrocínio e a identidade visual do governo nos sítios e portais dos órgãos e entidades na internet.
- Definir diretrizes para a comunicação digital nos sítios e portais dos órgãos e entidades.
- Coordenar as ações de comunicação pública e de relações com a imprensa dos integrantes do Sicom que exijam esforço integrado de comunicação.
- Examinar e aprovar as minutas de edital de licitação dos integrantes do Sicom para contratação de serviços de publicidade.
- Atribuir limites de despesas com publicidade aos órgãos e entidades, com vistas ao cumprimento da legislação eleitoral.

Em 2016, a Medida Provisória nº 726/2016 foi convertida na Lei nº 13.341/2016, alterando dispositivos da Lei nº 10.683/2003 que dispunha sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, com isso foram transferidas para a Casa Civil da Presidência da República as competências institucionais da Secom/PR, instituindo a Secretaria Especial de Comunicação da Presidência da República – Secom/CC/PR.

A efetiva criação, a extinção, a transformação, a transferência, a incorporação ou o desmembramento de órgãos ou unidades administrativas integrantes das entidades e dos órgãos, ocorreu com a publicação do Decreto nº 8.889/2016, que aprovou a Estrutura Regimental da Casa Civil da Presidência da República.

A partir de então, a Casa Civil, por meio da Secom/CC/PR, incorporou, em sua competência de assistir direta e imediatamente o Presidente da República, atribuições relacionadas à comunicação social, entre elas:

- a) formulação e na implementação da política de comunicação e divulgação social e de programas informativos do Poder Executivo federal;
- b) coordenação da comunicação interministerial e das ações de informação e difusão das políticas do Governo Federal;
- c) articulação com instituições do Poder Executivo federal, quando da divulgação de políticas, programas e ações do Governo Federal, e em atos, eventos, solenidades e viagens dos quais o presidente da República e demais autoridades de interesse da Presidência da República participem;
- d) coordenação, na normatização, na supervisão e no controle da publicidade e dos patrocínios dos órgãos e das entidades da administração pública federal, direta e indireta, e das sociedades sob o controle da União;
- e) relacionamento com meios de comunicação, entidades dos setores de comunicação e nas atividades de relacionamento público-social;
- f) convocação de redes obrigatórias de rádio e de televisão;
- g) coordenação e na consolidação da comunicação governamental nos canais próprios de comunicação;
- h) relacionamento com a imprensa regional, nacional e internacional;
- i) coordenação das ações de comunicação da República Federativa do Brasil no exterior e na realização de eventos institucionais da Presidência da República com representações e autoridades nacionais e estrangeiras, em articulação com os demais intervenientes;
- j) organização e no desenvolvimento de sistemas de informação e pesquisa de opinião pública; e
- k) apoio aos órgãos integrantes da Presidência da República no relacionamento com a imprensa.
- l) supervisão direta das atividades da EBC.

## **1.2 Organograma**

Até a publicação do Decreto nº 8.889/2016, de 26 de outubro de 2016, que aprovou a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança da Casa Civil da Presidência da República, a estrutura organizacional da Secom/CC/PR esteve estabelecida conforme dispunha o Decreto nº 6.377/2008, e era composta pelo Ministro, Porta-voz, Empresa Brasil de Comunicação – EBC, Secretaria Executiva, Chefia de Gabinete e três secretarias: Secretaria de Comunicação Integrada – SCI, Secretaria de Gestão, Controle e Normas – SGCN e Secretaria de Imprensa – SIP.

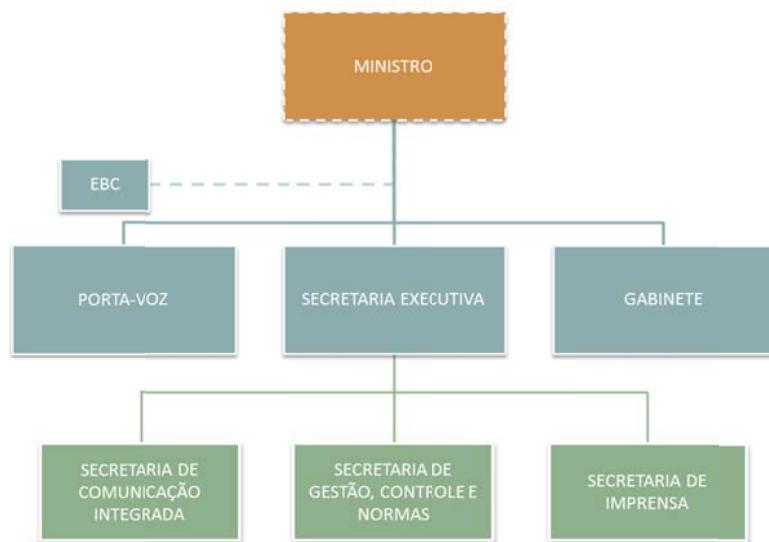


Figura 1 – Organograma Funcional da Secom/PR – Decreto nº 6.377/2008

Com a publicação do Decreto nº 8.889/2016, a estrutura organizacional da Secom/CC/PR passou a estar subordinada à Casa Civil e a ser composta pelo Secretário Especial, Chefia de Gabinete, Porta-voz, Chefia de Gabinete duas Subsecretarias e três Secretarias: Secretaria de Publicidade e Promoção – SPP, Secretaria de Gestão e Controle – SGC, e Secretaria de Imprensa – SIMP, conforme organograma a seguir.

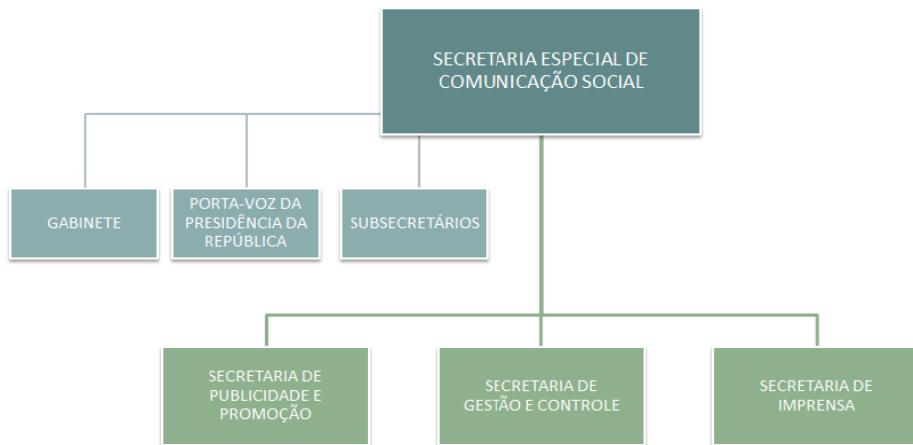


Figura 2 – Organograma Funcional da Secom/PR – Decreto nº 6.377/2008

Conforme item “a”, do inciso IV, do Art. 2º, do Decreto 8.889, a Empresa Brasil de Comunicações – EBC passou a ser considerada entidade vinculada à Casa Civil, por meio da Secom/CC/PR, tendo esta que exercer a supervisão direta das atividades da EBC e auxiliar o Ministro de Estado nas atividades de supervisão que ele decidir exercer diretamente.

### 1.2.1 Informações sobre áreas ou subunidades estratégicas

A seguir estão descritas as informações referentes às principais competências das áreas que integram a estrutura da Secom/CC/PR, conforme previstos nos Decretos 6.377/2008 e 8.889/2016, aplicáveis ao exercício de 2016:

Quadro A.1.2.1 – Organograma Funcional da Secom/CC/PR

Áreas / Subunidades Estratégicas	Competências	Titular	Cargo	Período de Atuação
<b>Secretaria Especial de Comunicação Social</b>  (Antiga Secretaria de Comunicação Social)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formular e implementar a política de comunicação e divulgação social do Poder Executivo federal.</li> <li>Coordenar e articular a comunicação interministerial.</li> <li>Normatizar, supervisionar e controlar a publicidade e patrocínios do Sicom.</li> <li>Relacionar-se com meios, órgãos e entidades de comunicação social.</li> <li>Convocar redes obrigatórias de rádio e de televisão.</li> <li>Coordenar ações de comunicação do Brasil no exterior.</li> </ul>	Edson Antônio Edinho da Silva	Ministro de Estado	01.01.2016 a 12.05.2016
		Márcio de Freitas Gomes	Secretário Especial	24.05.2016 a 31.12.2016
<b>Subchefia Executiva</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar a política de comunicação social e divulgação do Governo Federal.</li> <li>Planejar, supervisionar e coordenar as atividades das unidades da Secretaria.</li> <li>Coordenar as ações de promoção do Brasil no exterior.</li> <li>Implementar o relacionamento com setores de comunicação social do mercado.</li> <li>Orientar a realização de pesquisas de opinião pública.</li> </ul>	Olavo Noleto Alves	Secretário Executivo	22.01.2016 a 24.05.2016
		Clélia Mara dos Santos	Secretária Executiva, Substituta	01 a 21.01.2016 15 a 25.03.2016
<b>Porta-Voz e Subsecretários</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Externar a opinião do Presidente da República.</li> </ul>	Francisco Leopoldo Carvalho de Mendonça Filho	Porta-Voz DAS 101.6	17.06.2016 a 21.10.2016 22.10.2016 a 23.11.2016
		Bernardo Gustavo de Castro	Subsecretário	24.11.2016 a 31.12.2016
			Porta-Voz Subsecretário	25.05.2016 a 16.06.2016 24.11.2016 a 31.12.2016

Áreas / Subunidades Estratégicas	Competências	Titular	Cargo	Período de Atuação
<b>Secretaria de Gestão e Controle - SGC</b>  (Antiga Secretaria de Gestão, Controle e Normas SGCN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Subsidiar a elaboração da proposta orçamentária e alterações na LDO.</li> <li>Acompanhar a execução orçamentária.</li> <li>Propor normas e orientações de comunicação social para o Sicom.</li> <li>Aprovar as minutas de editais para a contratação de serviços de publicidade e orientar sobre a contratação de serviços de comunicação e conexos.</li> <li>Atribuir limite de gastos com publicidade para o Sicom.</li> <li>Adotar controle interno na contratação de serviços de comunicação e na liquidação de despesas.</li> <li>Propor referências de preços de produção publicitária e de remuneração de agências de propaganda.</li> <li>Elaborar pareceres e sugestões em projetos de lei.</li> <li>Coordenar o processo de consultas a órgãos de assistência jurídica.</li> <li>Coordenar o atendimento a auditorias e a determinações do TCU e fornecimento de subsídios para processos judiciais ou extrajudiciais.</li> <li>Acompanhar o Planejamento Estratégico e gestão de conhecimento.</li> <li>Implementar ações da Lei de Acesso à Informação – LAI e de outros requerimentos de informação.</li> <li>Realizar atividades de logística, informática, gestão de pessoas e de documentação.</li> <li>Desenvolver soluções de sistemas de apoio tecnológico.</li> <li>Estimular o intercâmbio de informações e a difusão de boas práticas.</li> </ul>	Clélia Mara dos Santos	Secretária de Gestão, Controle e Normas	01.01.2016 a 25.05.2016
		Sidney de Jesus Oliveira	Secretário de Gestão, Controle e Normas, Substituto	25.05.2016 a 01.06.2016
		Emerson Muzi	Secretário de Gestão, Controle e Normas	02.06.2016 a 18.10.2016
		Anderson Riedel Lima Parreiras	Secretário de Gestão, Controle e Normas, Substituto	24.08.2016 a 06.09.2016 08.09.2016 a 14.09.2016 18.10.2016 a 07.11.2016
		Marcelo Augusto Passos Cardoso	Secretário de Gestão, Controle e Normas, Substituto	15.09.2016 a 04.10.2016
		Maria Lúcia Valadares e Silva	Secretária de Gestão e Controle	08.11.2016 a 30.12.2016
		Liza Fernanda Fernandes Ribeiro Villas-Bôas Agra	Secretário de Gestão e Controle, Substituta	31.12.2016

Áreas / Subunidades Estratégicas	Competências	Titular	Cargo	Período de Atuação
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar ações de publicidade, comunicação digital, eventos e pesquisas de opinião pública.</li> <li>Coordenar as ações de patrocínios do Sicom.</li> <li>Orientar elaboração de planos anuais de comunicação.</li> <li>Alinhar esforços de comunicação publicitária do Sicom.</li> <li>Orientar sobre políticas, objetivos, diretrizes e normativos para publicidade.</li> <li>Negociar parâmetros para compra de mídia e orientar a contratação de veículos de comunicação.</li> <li>Orientar sobre o uso de marcas e assinaturas publicitárias e de comunicação digital.</li> <li>Analizar e aprovar <i>briefings</i> para licitação de serviços de publicidade e orientar a contratação de serviços de comunicação digital.</li> <li>Atribuir limite de gastos com publicidade para o Sicom.</li> <li>Realizar e supervisionar eventos institucionais de governo.</li> <li>Implementar políticas e diretrizes de comunicação digital para o Poder Executivo federal.</li> <li>Supervisionar a implementação da identidade padrão de comunicação digital.</li> <li>Gerenciar os canais próprios de comunicação digital.</li> <li>Realizar pesquisas de opinião pública.</li> <li>Estimular o intercâmbio de informações e a difusão de boas práticas.</li> </ul>	Alessandro Godinho	Secretário de Comunicação Integrada	01.01.2016 a 05.05.2016
		Emerson Muzi	Secretário de Comunicação Integrada, Substituto	06.01.2016 a 22.01.2016 19.04.2016 a 25.04.2016
<b>Secretaria de Publicidade e Promoção SPP</b>  (Antiga Secretaria de Comunicação Integrada – SCI)		Sandra Tokarski Persijn	Secretário de Comunicação Integrada, Substituta	26.04.2016 a 25.05.2016
		Duílio Malfatti Junior	Secretário de Publicidade e Promoção	17.06.2016 a 31.12.2016
		Alessandro Godinho	Secretário de Publicidade e Promoção, Substituto	03.11.2016 a 13.12.2016

Áreas / Subunidades Estratégicas	Competências	Titular	Cargo	Período de Atuação
<b>Secretaria de Imprensa</b> <b>SIMP</b>	<p>Assessorar o Presidente da República quanto a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobertura jornalística de audiências e seu relacionamento com imprensa.</li> <li>• Comunicar atos do Presidente e divulgar seus pontos de vista.</li> <li>• Esclarecer políticas e programas do Governo.</li> <li>• Fazer a articulação operacional com a imprensa e com os órgãos governamentais de comunicação social.</li> <li>• Prestar apoio jornalístico e administrativo ao comitê de imprensa do Palácio do Planalto.</li> <li>• Credenciar profissionais da imprensa.</li> <li>• Apoiar a Presidência da República no relacionamento com a imprensa.</li> <li>• Coordenar os conteúdos divulgados nos canais próprios de comunicação.</li> <li>• Apoiar o Sicom em ações que exijam articulação do Poder Executivo federal.</li> <li>• Estimular o intercâmbio de informações e a difusão de boas práticas.</li> </ul>	Rodrigo de Almeida Ribeiro	Secretário de Imprensa	01.01.2016 a 12.05.2016
		Douglas Guarino de Felice	Secretário de Imprensa	10.06.2016 a 31.12.2016

### **1.3 Macroprocessos Finalísticos**

No processo de implantação do Planejamento Estratégico da Secom/CC/PR, foram identificados quatro macroprocessos finalísticos dentro da cadeia de valor da então Secretaria de Comunicação Social. Após processo de atualização do Planejamento Estratégico, ratificou-se o entendimento de que os macroprocessos descritos a seguir seguem configurando a Cadeia de Valor da Secretaria:

- Gestão do Sicom
- Gestão da Publicidade
- Gestão do Relacionamento com a Imprensa
- Gestão dos Canais Próprios de Comunicação

#### **1.3.1 Macroprocesso: Gestão do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal**

Descrição: A Secom/CC/PR é o órgão central do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (Sicom), formado pelos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo federal que tenham a atribuição de gerir ações de comunicação. Assim, cabe à Secretaria definir as políticas, orientações e normas a serem adotadas pelos demais órgãos integrantes desse sistema.

#### Produtos e serviços:

- Desenvolvimento e ações de publicidade institucional e de utilidade pública, no papel de coordenadora, junto ao Sicom;
- Coordenação de ações de capacitação para profissionais de comunicação do Sicom;
- Desenvolvimento de eventos institucionais que contribuam para maior aproximação do conteúdo da comunicação de governo com os beneficiários das ações e programas priorizados para divulgação, proporcionando maior atuação integrada entre os órgãos do Sicom;
- Análise e verificação de conformidade das ações de publicidade e dos planos de mídia do Sicom, em relação aos objetivos, diretrizes e critérios técnicos previstos no Decreto nº 6.555/2008 e na IN nº 07/2014;
- Definição das diretrizes para a comunicação digital nos sítios e portais dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, conforme IN 08/2014;
- Manifestação sobre as ações de patrocínios, observados os parâmetros e procedimentos definidos pela na IN 09/2014;
- Orientação ao Sicom sobre o uso das marcas e assinaturas publicitárias do Governo Federal, bem como sobre a elaboração de seus Planos Anuais de Comunicação Publicitária – PAC;

- Coordenação das negociações de mídia junto aos veículos de comunicação e divulgação e adoção de medidas para otimizar os investimentos em mídia do Sicom;
- Articulação com os órgãos do Sicom envolvidos com temas priorizados pelo Governo Federal, para alinhamento do posicionamento e definição da estratégia de comunicação a ser implementada, com valorização de estratégias de comunicação integrada.

Principais clientes e parceiros: órgãos e entidades integrantes do Sicom.

Subunidades responsáveis: Secretaria de Gestão e Controle; Secretaria de Publicidade e Promoção e Secretaria de Imprensa.

Principais insumos e fornecedores:

- Insumos: legislações aplicáveis à comunicação, orientações e determinações dos órgãos de controle, observação das melhores práticas de comunicação no setor público, medidas, ações e projetos estratégicos de governo que impactem a área de comunicação social.
- Fornecedores: não se aplica.

### 1.3.2 Macroprocesso: Gestão da Publicidade

Descrição: Desenvolvimento de ações publicitárias com o intuito de posicionar o Governo Federal, prestar contas de atos, obras, programas, serviços, metas e resultados das ações do Poder Executivo federal, ou divulgar temas de interesse social, para informar, educar, orientar, mobilizar ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais ou coletivos.

Produtos e serviços:

- Elaboração de briefings relativos às campanhas ou ações publicitárias institucionais ou de utilidade pública de interesse do Governo Federal;
- Desenvolvimento de ações publicitárias por meio de agências de propaganda, conforme objetivos e diretrizes de comunicação previstas no Decreto nº 6.555/2008 e IN nº 07/2014;
- Aprovação, veiculação e distribuição de ações e materiais publicitários;
- Avaliação das ações publicitárias desenvolvidas, por meio de pré-teste e pós-testes de campanhas publicitárias e aferição do alcance e frequência realizados nos planejamentos de mídia;
- Gestão do investimento publicitário da Secom/CC/PR.

Principais clientes e parceiros: órgãos da Administração Pública Federal Direta e Indireta.

Subunidades responsáveis: Secretaria de Publicidade e Promoção e Secretaria de Gestão e Controle.

Principais insumos e fornecedores:

- Insumos: informações sobre programas, atos, obras e medidas priorizados para divulgação pelo Poder Executivo federal.
- Fornecedores: a Secom/CC/PR manteve contrato com as seguintes empresas fornecedoras, sob o objeto “Prestação de serviços de publicidade”, contratadas por licitação na modalidade concorrência por melhor técnica:
  - Leo Burnet Publicidade Ltda – CNPJ 04.895.208/0004-10 (contrato: 01/2012, Vigência: 15/01/2016 a 16/01/2017).
  - Nova/SB Comunicação Ltda. – CNPJ 57.118.929/0002-18 (contrato: 02/2012, Vigência: 15/01/2016 a 16/01/2017).
  - Propeg Comunicação Ltda – CNPJ 05.428.409/0003-99 (contrato: 03/2012, Vigência: 15/01/2016 a 16/01/2017).

### 1.3.3 Macroprocesso: Gestão do Relacionamento com a Imprensa

Descrição: Interlocução permanente com veículos de comunicação e profissionais de imprensa do Brasil e do exterior, com objetivo de divulgar posicionamentos, políticas públicas, ações e investimentos do Poder Executivo federal.

Produtos e serviços:

- Divulgação de informações e atributos do Brasil no exterior, consolidando e reforçando a imagem e reputação externa do País na nova economia global;
- Atendimento à imprensa, com divulgação de informações com transparência e rapidez para veículos e profissionais de comunicação e de imprensa;
- Articulação operacional com a imprensa e com as áreas de comunicação social do Sicom em atos, eventos, solenidades e viagens da agenda presidencial;
- Articulação operacional com os órgãos do Poder Executivo federal a fim de auxiliar e subsidiar com informações o presidente da República em seu relacionamento com a imprensa;
- Coordenação e supervisão de processos de discussão com as áreas de imprensa regional, nacional e internacional, relacionados com iniciativas promovidas pela Secom/CC/PR;
- Cobertura fotográfica dos compromissos institucionais do presidente da República.

Principais clientes e parceiros: Presidência da República, ministérios e demais órgãos do Sicom, profissionais de imprensa brasileiros ou estrangeiros e sociedade brasileira.

Subunidade responsável: Secretaria de Imprensa

Principais insumos e fornecedores:

- Insumos: informações relativas aos programas, atos, obras e medidas do Poder Executivo federal; articulação com assessorias de imprensa do Sicom; monitoramento e análise de conteúdos veiculados na imprensa nacional, regional e internacional e redes sociais na internet; contatos diretos com jornalistas e demais profissionais de imprensa.
- Fornecedores: contrato 001/2015 firmado com a empresa CDN Comunicação Corporativa LTDA, CNPJ 57.863.854/0001-19, com vigência de 16/01/2016 a 16/01/2017, tendo como objeto “Prestação de serviços de comunicação, para a realização de assessoria em planejamento estratégico de comunicação, no relacionamento com a imprensa internacional e em relações públicas no exterior”.

#### 1.3.4 Macroprocesso: Gestão dos Canais Próprios de Comunicação

Descrição: Comunicação das ações do Poder Executivo federal para a sociedade, por meio de canais de comunicação geridos pela Secom/CC/PR.

Produtos e serviços: comunicação das ações do Governo Federal à sociedade, principalmente por meio de canais próprios, tais como:

- TV NBR
- Programa de rádio “Voz do Brasil”
- Portal do Planalto
- Blog do Planalto
- Portal Brasil
- Perfis institucionais em redes sociais (Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Instagram).

Principais clientes e parceiros: órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – Sicom.

Subunidades responsáveis: Secretaria de Imprensa, Secretaria de Publicidade e Promoção e Assessoria Especial de Articulação.

Principais insumos e fornecedores:

- Insumos: cobertura de atos e eventos do Governo Federal, entrevistas e pronunciamentos e declarações de autoridades governamentais e outros

representantes da sociedade, informações de interesse público, entre outros temas presentes na cobertura dos canais próprios de comunicação.

- Fornecedores: a Secom/CC/PR manteve, em 2016, contrato com três fornecedores:
  - Duas agências de comunicação digital, cujo objeto do contrato é a prestação de serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital. São elas: TV1 – Empresa Brasileira de Comunicação Produção Ltda (contrato 02/2015 – vigência 06/03/2016 a 06/03/2017) e Agência Click Mídia Interativa S/A (contrato 03/2015 – vigência 06/03/2016 a 06/03/2017).
  - Empresa Brasil de Comunicação – EBC (contrato 02/2014 – vigência: 31/07/2016 a 31/07/2017) tendo como objeto prestar serviços de comunicação, compreendendo televisão e vídeo, rádio e áudio, serviços técnicos, internet, editoriais e *clipping*, visando informar aos cidadãos as ações e políticas públicas do Poder Executivo federal.

## 1.4 Ações relevantes por Macroprocesso Finalístico

A Secom/CC/PR realiza outras tarefas pertinentes às suas funções de coordenação, supervisão, normatização e controle das ações de comunicação e patrocínio dos integrantes do Sicom. As principais ações relevantes nesse segmento de atuação são apresentadas a seguir:

### 1.4.1 Macroprocesso – Gestão do Sicom

#### 1.4.1.1 Patrocínios

Em 2016, Secom/CC/PR avaliou os projetos de patrocínio submetidos para análise de conformidade pelos integrantes do Sicom, de acordo com as competências descritas no Decreto n.º 8.889/2016 e Instrução Normativa Secom/PR nº 09/2014, correspondendo a 1.968 propostas de patrocínio com o investimento de R\$ 1,1 bilhão.

Na Tabela 01 estão segmentados os projetos de patrocínio efetivamente realizados pelo Sicom:

Tabela 01 – Propostas de Patrocínio (R\$ Milhões)

Áreas	2012		2013		2014		2015		2016		TOTAL	
	Ações	Valor	Ações	Valor	Ações	Valor	Ações	Valor	Ações	Valor	Ações	Valor
Cultura	1.635	398,8	1.600	462,0	1.241	376,8	1.119	331,5	777	263,6	8.400	2.327,3
Esporte	318	639,8	285	879,4	318	510,4	218	236,3	180	543,1	1.595	3.064,2
Social	472	118,9	518	541,5	303	110,1	175	58,0	36	2,2	2.027	9.56,0
Eventos	1.569	171,2	1.563	139,8	1.681	279,8	950	132,4	696	67,3	8.163	9.29,6
Meio Ambiente	112	38,9	151	224,0	57	40,4	22	3,7	22	1,6	482	3.52,6
<b>Total</b>	<b>4106</b>	<b>1367,5</b>	<b>4117</b>	<b>2246,6</b>	<b>3600</b>	<b>1317,6</b>	<b>2484</b>	<b>762,0</b>	<b>1711</b>	<b>877,8</b>	<b>20.667</b>	<b>7.629,6</b>

Fonte: Sisac

Do total efetivamente realizado, R\$877,8 milhões, 61,9% correspondeu a área de Esporte e 30,0% à Cultura, com destaque para os patrocínios aos projetos “Vôlei Brasil”, do Banco do Brasil, e “Jogos Olímpicos e Paralímpicos”, da Caixa, Petrobras e Embratur.

Foram realizadas 26 reuniões ordinárias e 07 extraordinárias do Comitê de Patrocínios, que contribuíram para análise técnica das propostas de patrocínios e para disseminação de boas práticas entre os integrantes do Sicom.

#### 1.4.1.2 Sistemas

Atualmente a Secom/CC/PR utiliza 03 sistemas de gestão e controle das ações de divulgação do Sicom: Siref2, Midiacad – Cadastro de Veículos e MidiaWeb, sendo os dois últimos destinados exclusivamente aos processos de mídia.

**Siref2** – Em novembro de 2005, com o objetivo de reduzir os custos de produção das ações de publicidade, a Secom/CC/PR, iniciou o desenvolvimento de uma ferramenta para compartilhamento de experiências de contratação desses serviços, proporcionando

parâmetros de negociação aos integrantes do Sicom.

Em 2006, o TCU reconheceu o sistema SIREF como instrumento de parâmetro de preços de produção publicitária, por meio do Acórdão 2062/2006, exigindo dos integrantes do Sicom o encaminhamento de informações para compor banco de dados.

Em setembro de 2007, teve início o projeto piloto com Ministério da Educação, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome e Petrobras. Em dezembro de 2007, foi ampliado para os demais integrantes do Sicom.

Em julho de 2009, foram iniciados os trabalhos para migração dos dados para uma nova plataforma (SIREF2). No decorrer de 2010, o sistema sofreu alterações para atender as exigências da Lei 12.232, dentre elas a inclusão do cadastro de fornecedores.

A efetiva implantação do sistema ocorreu janeiro de 2011. Em janeiro de 2016, a Secom/CC/PR definiu “Modelo de Especificação Técnica” com a finalidade de preservar a qualidade da base de dados do sistema. Atualmente, a Secom/CC/PR avalia os dados de produção, podendo inserir pendências para correção dos eventuais erros. Em 2016, foram verificadas 2238 ações, sendo registradas pendências em 27% dos casos.

**MidiaCad - Cadastro de Veículos da Secom/CC/PR** - Instituído pela Portaria Secom/PR nº 142, de 27 de outubro de 2014, constitui conjunto formal de dados cadastrais, comerciais e negociais de veículos dos diversos meios de comunicação e divulgação empregados nas ações de publicidade do Poder Executivo federal.

A institucionalização e a ampliação do uso do MidiaCad contribuiu para o acompanhamento da regularidade cadastral de todos os veículos programados em campanhas da Secom/CC/PR e do Sicom. O MidiaCad proporciona ainda dinamismo e uniformidade de informações de veículos, bem como garante organização e transparência na execução publicitária do Governo Federal.

Em 2016, foram implementadas melhorias na gestão do cadastramento de veículos de comunicação e divulgação, cuja operação está atribuída ao Núcleo de Mídia da Secom/CC/PR, conforme contrato firmado com agências de propaganda contratadas. As novas funcionalidades abrangeram controle de data de solicitação de alteração cadastral requerida pelos veículos; maior qualificação dos tipos de documentos anexados ao cadastro; criação de perfil de usuário para acesso de representantes; e visualização de informações do cadastro do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações - Fistel. O cadastro do Fistel serve para validar o licenciamento das emissoras de rádio na Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações no MidiaCad.

**MidiaWeb** - O sistema permite submissão das ações de mídia para avaliação da Secom/CC/PR, em cumprimento à IN 7/2014. Implantado em 2014, sua utilização se consolidou como ferramenta de gestão e de integração de todo o Sicom, garantindo dinamismo no trâmite de análises, pareceres e conclusões das avaliações dos investimentos publicitários do Poder Executivo federal. Integrado ao MidiaCad, o sistema

contribuiu para a redução dos riscos de inconsistências de dados cadastrais e negociais dos veículos programados.

Em 2016, foram implementadas melhorias que permitiram ao Sicom registrar a compra de projetos e patrocínio de mídia, bem como, controlar a utilização dos saldos dessas compras em ações de divulgação geridas pelo órgão/entidade. Outra melhoria importante foi a permissão para registro de programações de mídia em moeda estrangeira, atendendo a necessidade de órgãos/entidades com atuação publicitária fora do país.

Os órgãos do Sicom submeteram um total de 1.088 ações no Sistema MidiaWeb para análise da Secom/CC/PR.

#### 1.4.1.3 Cadastramento de Veículos de Comunicação: Qualificação e Controle

Como medida de manutenção e qualificação dos dados cadastrais do meio Jornal, em 2016, foi realizada nova solicitação de exemplares no intuito de verificar a regularidade de títulos não auditados. Além disso, foram solicitados, para todos os jornais, documentos adicionais de comprovação de impressão, circulação e distribuição dos veículos (declaração da gráfica onde o veículo é impresso e mapa de distribuição). A falta de envio de algum documento solicitado enseja registro negativo no MidiaCad, impossibilitando a programação do jornal nas campanhas publicitárias do Sicom. Como incremento às exigências de validação cadastral para os veículos do meio Jornal, passou-se a solicitar também a nota fiscal da gráfica fornecedora do serviço de impressão dos jornais.

A Secom/CC/PR, por meio das agências de propaganda contratadas e do Núcleo de Mídia, promove regularmente a elaboração de estudos técnicos a fim de subsidiar o cadastramento de veículos e as negociações, além de proporcionar melhor compreensão das técnicas de mídia, das formas de compras e das negociações de mídia, buscando, essencialmente, a racionalização da aplicação dos recursos orçamentários, qualificação do quadro técnico e eficiência operacional.

No meio Rádio, prosseguiu-se com as exigências para cadastramento de veículos no MidiaCad, com o intuito de qualificar as informações e obter mais clareza nas tabelas de preços dos veículos. Também evoluiu o estudo de Redes de Rádio, por meio do qual será possível avaliar as coberturas e sua segmentação com o objetivo de mapeá-las quanto às respectivas características.

Para o meio Revista, teve continuidade o estudo de classificação dos títulos conforme as respectivas características de segmento e perfil editorial, como medida para qualificação das informações cadastrais e melhor aproveitamento desse meio nas programações de mídia em ações publicitárias.

Para o meio TV, foi concluído o estudo de avaliação de custos relativos (CPP – custo por ponto de audiência/CPM – custo por mil) por tipo de emissora: grandes emissoras, emissoras de conteúdo religioso, esportivo, jornalísticas e jovem, a fim de

facilitar os processo de negociação e de programação.

Com relação à quantidade de veículos cadastrados, no ano de 2016 verificou-se um aumento de 5,91% quando comparado ao volume do ano anterior, conforme detalhado a seguir:

Tabela 02 – Veículos cadastrados no MidiaCad

Meio	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Rádio</b>	3.704	3.035	3.081	3.134	3.243
<b>Jornal</b>	2.758	2.730	2.791	2.817	2.867
<b>TV</b>	512	655	773	852	908
<b>Revista</b>	877	1.339	1.587	1.728	1.822
<b>Internet</b>	1.081	1.162	1.542	1.810	1.846
<b>Outros</b>		742	1.013	1.173	1.509
<b>Total</b>	<b>8.932</b>	<b>9.663</b>	<b>10.787</b>	<b>11.514</b>	<b>12.195</b>

Fonte: Secom/CC/PR – MidiaCad

#### 1.4.1.4 Comitê de Negociação de Mídia do Governo Federal

Criado em 2003, com o objetivo de padronizar as negociações de compra de espaços publicitários pelos integrantes do Sicom, o Comitê de Negociação busca acordar e estabelecer parâmetros negociais mínimos para compras avulsas, independentemente de tamanho e poder de compra do órgão ou entidade.

Destaque-se que até 2002, as negociações de compra de mídia eram efetuadas de forma descentralizada, ou seja, cada órgão ou entidade propunha condições negociais para os veículos de acordo com sua capacidade de compra e estratégia de atuação. Os descontos variavam de um anunciente para outro, o que, na prática, representava menor poder de compra para os órgãos com menor orçamento.

Composto por representantes dos principais anunciantes do Poder Executivo federal (Banco do Brasil S/A, Caixa Econômica Federal, Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, Petrobras Distribuidora S/A, Petróleo Brasileiro S/A e Ministério da Saúde), o Comitê, que é coordenado pela Secom/CC/PR, negociou com os 43 maiores grupos de comunicação do País dos meios TV, Revista, Rádio, Jornal e Internet, o que representa mais de 170 veículos de comunicação e divulgação com negociação fechada para uso por todo Sicom.

#### 1.4.1.5 Ações de articulação

A Assessoria Especial de Articulação mantém relacionamento e acompanhamento sistemático e proativo com as Assessorias de Comunicação Social (Ascom) do Sicom, buscando:

**Objetivo principal:** Promover a comunicação integrada, além de qualificar e potencializar as ações de comunicação do Governo Federal.

**Objetivos específicos:**

- Manter permanente interlocução com as Ascom do Governo Federal;
- Assegurar informações atualizadas sobre ações ministérios/órgãos do Poder Executivo federal;
- Mapear oportunidades de comunicação;
- Viabilizar pronta-resposta a temas sensíveis;
- Articular estratégias e ações de comunicação com o Sicom;
- Contribuir para o alinhamento de discurso e mensagens de governo primando pela coerência, consistência e qualificação das informações;
- Potencializar recursos e canais próprios de comunicação;
- Subsidiar a tomada de decisões pela Secom/CC/PR e pelos ministérios; e
- Consolidar a prática de planejamento no Sicom e na Secom/CC/PR.

A identificação de oportunidades busca atribuir maior eficiência à comunicação governamental, com proposição de estratégias e ações de alinhamento de discurso que potencializem o entendimento da atuação do Governo Federal, bem como controlar e minimizar eventuais crises.

Em ações com mais de um órgão governamental, a contribuição se dá pela formulação de estratégia integrada, atuando como articulador de esforços de comunicação, envolvendo os responsáveis, direta ou indiretamente, visando o alcance dos objetivos de comunicação com racionalização de recursos.

Para promover a unicidade de comunicação do governo, a Secom/CC/PR estabeleceu uma rotina permanente de diálogo com as Ascom. Essa interlocução permite maior integração na comunicação de governo, a identificação de riscos e oportunidades e o planejamento de estratégias de divulgação sobre temas relevantes.

Para a efetividade do alinhamento, são adotadas duas grandes frentes de trabalho:

- Factual – levantamento diário das agendas de governo e alinhamento de demandas de imprensa (com frequência veículos entram com a mesma pauta em mais de um órgão, devido à transversalidade de temas);
- Proativo – unificação de ações de comunicação, mapeamento de pautas estratégicas, identificação de projetos especiais de comunicação referentes a temas transversais.

Em 2016, esse trabalho resultou no levantamento e consolidação dos principais destaques e oportunidades das agendas e ações do Governo Federal para compartilhamento interno e diário. De outubro a dezembro de 2016, o processo de sondagens gerou a produção e distribuição de 47 diários de governo e 59 radares de imprensa, que são resumos diários sobre as principais pautas recebidas da imprensa pelo

Sicom. Além disso, foram elaboradas e distribuídas 14 Agendas Semanais de Governo. Em relação aos projetos especiais, foram estruturados *briefings* com informações sobre os temas mais relevantes e que contavam com a participação de mais de um órgão. Esses documentos subsidiaram o planejamento e execução de ações de diversas áreas da Secretaria. Os órgãos intervenientes trabalharam esse conteúdo unificado e alinhado em seus canais de comunicação, o que também subsidiou o atendimento a demandas de imprensa. Alguns exemplos de projetos especiais:

- Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016;
- 16 dias de ativismo de combate à violência contra as mulheres;
- Ordem do Mérito Cultural;
- Brasil Eficiente;
- Cartão Reforma;
- Crise Hídrica;
- Um ano do rompimento da barragem em Mariana/MG;
- Operação Rodovida;
- Titulação de Terras Agrícolas;
- Novo Chico – Revitalização do Rio São Francisco; e
- Ação de combate ao mosquito transmissor da dengue, zika e chikungunya.

Além disso, 2.991 conteúdos recebidos dos ministérios municiaram as áreas da Secretaria de Imprensa no seu relacionamento com a imprensa internacional, nacional e regional. Desses, 398 eram avisos de pauta e 2.593 *releases*.

Como resultado, foi possível ampliar a visibilidade e a efetividade das ações, mais do que se tivessem sido feitas separadamente; elaborar planos de comunicação e estratégias específicas; produzir calendários de ações de divulgação; minimizar ruídos gerados pela falta de alinhamento entre as ações; agilizar respostas à imprensa e abrir espaços para que porta-vozes qualificados do governo apresentem trabalhos e/ou resultados dos programas.

#### 1.4.1.5.1 Projetos Especiais – Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016

Durante o período que antecedeu os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, a Secom/CC/PR coordenou o Grupo Temático de Comunicação do Governo Federal para o evento. Essa atuação envolveu três períodos:

- **Antes dos Jogos Rio 2016** – com a divulgação da atuação do Governo Federal na preparação do maior evento esportivo do mundo e o acompanhamento do “Revezamento da Tocha Olímpica”.

Essas informações também potencializaram a divulgação de pautas

regionais durante o Revezamento da Tocha Olímpica, que percorreu mais de 330 municípios de todo o País. Na ocasião, foram produzidos 86 *briefings* das cidades-destaque, contendo informações sobre as atividades e atrações do roteiro, além de informações sobre investimentos governamentais em esporte e em políticas públicas no estado e no município.

- **Durante os Jogos Rio 2016** – abrangeu a montagem de infraestruturas de apresentação do Brasil aos torcedores/visitantes e de atendimento aos profissionais de imprensa, em parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro. Foram definidas ainda duas grandes oportunidades de divulgação institucional: a Casa Brasil e o Rio Media Center.

Casa Brasil – Projetada para ser a vitrine do País durante os Jogos, a Casa Brasil funcionou durante 46 dias, oferecendo ao público experiências interativas e uma programação diversificada em seis eixos temáticos: diversidade artística e cultural; destinos turísticos; excelência esportiva; legado olímpico; oportunidades de negócios e investimentos; além de apresentar algumas das principais políticas públicas relativas a igualdade, inclusão, sustentabilidade e meio ambiente.

O ambiente se tornou ponto de encontro de brasileiros e estrangeiros no Rio de Janeiro. O público total alcançou a marca de 558.209 pessoas, média de 12,4 mil visitantes por dia.

Coube à Secom/CC/PR coordenar, em parceria com os diversos órgãos de governo, a elaboração e a execução do plano de comunicação da Casa Brasil, abrangendo estratégias e ações de publicidade, promoção, eventos, imprensa e comunicação digital.

O retorno de mídia espontânea, computando apenas jornais impressos e *online* brasileiros, corresponde, por equivalência publicitária, a um investimento de aproximadamente R\$ 12,7 milhões em espaço editorial.

No total, 138 eventos foram realizados na Casa Brasil, conforme tabela abaixo:

Tabela 03 – Quantidade de eventos realizados na Casa Brasil

Tipo de Evento	Olimpíadas	Entre Jogos	Paralimpíadas	Total
Seminários, conferência e cerimônias	27	11	12	50
Apresentações artístico-culturais	26	19	23	68
Promoção de Imagem e Negócios	11	2	7	20
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>32</b>	<b>42</b>	<b>138</b>

Fonte: Secom/CC/PR – MidiaCad

Rio Media Center – RMC – O Centro Aberto de Mídia, estruturado pelo Governo Federal em parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro, recebeu cerca de 6 mil jornalistas brasileiros e estrangeiros e funcionou de 25 de julho a 19 de setembro. Foram realizadas 56 coletivas das quais

participaram gestores públicos da esfera federal, estadual e municipal. Também passaram pelo RMC, representantes do comitê organizador dos Jogos Rio 2016, dos Comitês Olímpico e Paralímpico Nacional e Internacional, atletas, artistas, empresários e representantes da sociedade civil, contribuindo para a divulgação das atividades referentes aos jogos e os resultados.

- **Após os Jogos Rio 2016** – divulgação dos resultados do evento e balanço das ações realizadas.

Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 deixaram um legado intangível ao Brasil. Durante 47 dias, uma parcela do mundo se reuniu no Rio de Janeiro para celebrar o esporte e toda a diversidade brasileira. Arenas foram lotadas, a cultura e a gastronomia brasileira conhecidas, e, sobretudo, a hospitalidade dos brasileiros foi aprovada.

Os Jogos Rio 2016 se consolidaram como os mais "comentados, clicados e compartilhados" da história. No total, 1,17 milhão de turistas estiveram no Rio de Janeiro durante os Jogos. Já nos Jogos Paralímpicos, foram 243 mil turistas.

Os números positivos comprovam o êxito dos Jogos Rio 2016 e colocam o turismo como legado para o Brasil. Além de capitalizar o país, o megaevento provou que o brasileiro é capaz de organizar, entregar e bem receber os que nos visitam.

Para que fosse possível a realização dos Jogos Rio 2016, houve uma intensa mobilização do Governo Federal, envolvendo, entre outros:

- Ministério do Esporte
- Ministério da Justiça e Cidadania
- Ministério da Defesa
- Gabinete de Segurança Institucional
- Ministério do Turismo
- Ministério das Relações Exteriores
- Ministério da Saúde
- Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil
- Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações
- Ministério das Cidades
- Ministério do Trabalho
- Ministério da Educação
- Ministério da Cultura

- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

#### 1.4.2 Macroprocesso – Gestão da Publicidade

##### 1.4.2.1 Mídia – Campanhas Publicitárias

A Secom/CC/PR executou 19 campanhas publicitárias com investimentos em mídia durante 2016. Ao todo foram programados 3.528 veículos em todo o território nacional. Com o objetivo de garantir maior efetividade das ações, buscaram-se as melhores soluções de comunicação, considerando as características e peculiaridades de cada ação de comunicação e as informações oriundas dos dados e pesquisas de mídia disponíveis.

Dentre as campanhas, destacam-se Prestação de Contas e Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, Casa Brasil, Legado dos Jogos Olímpicos, Prevenção de Queimadas e Enfrentamento ao Aedes aegypti. As ações publicitárias institucionais e de utilidade pública visaram informar, orientar e mobilizar a população sobre temas de amplo interesse social, bem como esclarecer sobre os investimentos públicos e medidas do Poder Executivo federal.

Outro destaque foi o esforço de comunicação “Ações de comunicação para o meio Internet”, que agrupou todas as ações publicitárias do meio digital, complementares à programação *off-line*, otimizando recursos financeiros e promovendo melhoria da atuação nesse segmento. Em 2016, o aprendizado adquirido com planejamento e execução de mídia digital foi compartilhado entre as três agências de propaganda que atendem a Secom/CC/PR, propiciando maior envolvimento, melhoria operacional e potencializando frentes de atuação em ações simultâneas.

Foram executadas 19 ações publicitárias no meio digital que garantiram continuidade, atratividade e relevância da presença do Governo Federal. Esse movimento estratégico na comunicação exigiu o desenvolvimento de conteúdo adequado às especificidades do meio e às características dos diversos públicos-alvo; uso de recursos audiovisuais para potencializar o entendimento e assimilação da mensagem; intensificação de diretrizes de programação de mídia mais abrangente; além do uso de ferramentas e tecnologias de gerenciamento que resultam em maior eficiência na divulgação das peças publicitárias.

A partir da programação de 215 veículos (grandes portais, *sites* verticais, *sites* regionais, redes de conteúdo/vídeo e redes sociais) as ações publicitárias alcançaram mais de dois bilhões de visualizações, 122 milhões de vídeos visualizados e mais de 4,2 milhões de cliques.

Nas Mídias Sociais, as ações contribuíram para que o Portal Brasil alcançasse mais de 1 milhão de fãs no Facebook e mais de quinhentos mil seguidores nas contas do governo no Twitter, totalizando um acréscimo de 107 mil novos seguidores.

##### 1.4.2.2 Análise de Planos de Mídia e Mídia Técnica

Em 2016, a Secom/CC/PR prosseguiu com sua atuação pautada em premissas técnicas, cujo principal objetivo é aprimorar a comunicação de governo por meio de uma atuação efetiva e prática de preços razoáveis.

Como parte das suas atribuições, a Secretaria emitiu parecer técnico sobre os planos de mídia dos órgãos e entidades do Sicom. Durante o exercício, foram analisados 1.359 planos e ações de mídia, totalizando investimentos publicitários da ordem de R\$ 1,6 bilhão.

As análises realizadas buscam instruir tecnicamente as áreas de execução de mídia do Sicom para o cumprimento das diretrizes da Instrução Normativa Secom/PR N° 7, de 19 de dezembro de 2014.

A tabela abaixo mostra o volume de ações submetidas à Secom/CC/PR nos últimos cinco exercícios.

Tabela 04 – Volume de ações submetidas à Secom/CC/PR

	Ações Submetidas	
	Mídia	Conteúdo
<b>2012</b>	1.787	3.491
<b>2013</b>	1.417	3.489
<b>2014</b>	1.472	2.596
<b>2015</b>	1.359	2.494
<b>2016</b>	1.088	2.771

Fonte: Secom/CC/PR – Operaweb (2012 a 2016) Midiaweb e Siref2

#### 1.4.2.3 Mídia Gratuita

A mídia gratuita consiste na veiculação de peças publicitárias em espaços cedidos pelos veículos de TV aberta e das emissoras de rádio da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Esses espaços são disponíveis para ações de publicidade de utilidade pública, produzidas pelo Poder Executivo federal.

A mídia gratuita para o meio TV Aberta alcança 18 cabeças de rede com sinal aberto no sistema analógico e digital em território nacional. Em 2016, foram gerados 26 filmes de campanhas publicitárias de utilidade pública. Os seguintes veículos exibiram gratuitamente as peças de publicidade da Secom/CC/PR e/ou Sicom em sua programação: Rede Globo de Televisão; Sistema Brasileiro de Televisão; Rede Bandeirantes de Televisão; Rede Record de Televisão; Record News; Rede TV!; Rede Vida; Central Nacional de Televisão; TV Gazeta; TV Educativa; Televisão Guaíba Ltda; TV Cultura/Fundação Padre Anchieta; TV Brasil; TV NBR; TV Câmara; TV Senado; TV Justiça; Radioagência Nacional; Rádio Nacional AM (Brasília/DF); Rádio Nacional FM (Brasília/DF); Rádio Nacional AM (Rio de Janeiro/RJ); Rádio MEC AM Brasília; Rádio MEC AM Rio de Janeiro; Rádio MEC FM Rio de Janeiro; Rádio Nacional do Alto Solimões e Rádio Nacional da Amazônia.

#### 1.4.2.4 Eventos Institucionais

As mudanças estruturais no Governo Federal, ocorridas em 2016, levaram à implementação de uma nova dinâmica de atuação da Secom/CC/PR em eventos institucionais, bem como à revisão de atividades e criação de novas frentes de trabalho nesse segmento de comunicação.

O Departamento manteve como atribuições zelar pela imagem do presidente da República e do Governo Federal, por meio da realização ou acompanhamento de eventos que dão visibilidade e protagonismo aos programas e ações do governo. Ficou responsável ainda por orientar, analisar e aprovar todos os materiais de comunicação referentes aos eventos na agenda presidencial; e atuar na consolidação e disseminação de diretrizes de comunicação do governo, desenvolvendo, implementando e propondo soluções de comunicação.

Algumas atividades, como a disseminação dos novos padrões de programação visual e de aplicação da logomarca do Governo Federal, foram mantidas. Outras tiveram seu escopo ampliado, como o acompanhamento de eventos da agenda presidencial em Brasília, uma vez que a Secom/CC/PR passou a participar de reuniões preparatórias de eventos, podendo contribuir, de maneira proativa, com a formatação das cerimônias e solenidades governamentais.

A partir de junho, o acompanhamento dos eventos com a presença do presidente da República em outras praças passou a ser feito remotamente. A orientação e a aprovação das peças gráficas e audiovisuais para esses eventos tem possibilitado que a programação visual siga o mínimo de padronização necessária para eventos da agenda governamental.

#### 1.4.3 Macroprocesso - Gestão do Relacionamento com a Imprensa

##### 1.4.3.1 Secretaria de Imprensa

A SIMP atuou no relacionamento com os veículos, entidades e Ascom do Sicom. Dentro desse escopo, realizou atividades voltadas ao assessoramento de imprensa da Presidência da República, atendendo à mídia regional, nacional e internacional. Para isso, organizou reuniões, eventos e outras atividades com a participação do presidente da República. Também acompanhou as notícias, veiculadas no Brasil e no Mundo, de interesse da Presidência da República.

###### 1.4.3.1.1 Relações com Imprensa Nacional

O Departamento de Relações com a Imprensa Nacional – Denac tem como principal atribuição atender demandas da mídia nacional sobre a Presidência da República. A área também é responsável por assuntos relacionados à imprensa em eventos realizados pela Presidência em Brasília, bem como nos palácios do Planalto, Alvorada e Granja do Torto.

A partir de maio 2016, o Departamento implementou mudanças no processos de gestão e composição técnica das equipes. Teve início novo modelo de relacionamento com a imprensa, baseado em maior proximidade e transparência sobre as pautas que envolvem a Presidência da República. Outro objetivo foi assegurar maior interação com os profissionais do Comitê de Imprensa do Palácio do Planalto, que conta com 174 cadastrados (desses aproximadamente 50 acompanham diariamente a Presidência da República).

A Secom/CC/PR potencializou o fornecimento diário de informações à mídia nacional, ampliando as formas de sua disponibilização, por meio de atendimentos presenciais, telefone, e-mail e aplicativos multiplataforma de mensagens instantâneas. Também foram disponibilizados *releases*, notas oficiais, atualização de agendas, entre outros. Além de distribuir, previamente à divulgação oficial, conteúdos mais abrangentes e qualificados do Poder Executivo federal, a fim de facilitar e oportunizar a produção de reportagens com antecedência pelos veículos de imprensa.

De maio a dezembro de 2016, foram organizados e coordenados eventos em Brasília e no exterior (em parceria com o Departamento de Relações com a Imprensa Internacional). Dos eventos em Brasília, 79 ocorreram no Palácio do Planalto e 31 em outras instituições e entidades na Capital Federal (ver tabela abaixo).

Tabela 05 – Imprensa Nacional – Eventos

Local	Reunião	Cerimônias	Anúncios	Coletivas	Quebra-Queixos	Entrevistas Exclusivas
<b>Palácio Planalto</b>	34	42	3	37	15	19
<b>Demais locais</b>	5	26	-	-	-	-

Fonte: Secom/CC/PR

Aos profissionais de imprensa que apresentam demandas pessoalmente na Secretaria de Imprensa, foi destinado um tratamento ágil, objetivo e dinâmico, com acesso a todo quadro da equipe técnica e de gestão da Secretaria.

Para unificar e agilizar as informações de interesse público, no âmbito do Sicom, o Denac atua articulado com as demais áreas da Secom/CC/PR, bem como com ministérios, órgãos e autarquias federais, sempre que necessário.

#### 1.4.3.1.2 Relações com Imprensa Regional

O Departamento de Relações com a Imprensa Regional – Dereg tem a atribuição de atuar prioritariamente em quatro frentes: 1) produção de entrevistas do presidente da República para veículos de imprensa regional; 2) preparação das viagens presidenciais no País, prestando assessoria e coordenando a estrutura para atendimento aos profissionais da imprensa local; 3) apoio aos ministérios na divulgação dos programas e políticas prioritárias do Governo Federal; e 4) gestão do contrato firmado com a Empresa Brasil de Comunicação EBC para transmissão de atos de fatos do Poder Executivo federal.

O cumprimento dessas atribuições envolve monitoramento e diálogo cotidiano

com a imprensa regional, com vistas a conhecer e atender suas necessidades e se insere no objetivo mais amplo da Secom/CC/PR: “Promover a comunicação do Governo Federal com a sociedade e ampliar o acesso às informações de interesse público”.

#### 1.4.3.1.2.1 Agendas e Ações Presidenciais

**Escalões Avançados** – realização de 60 viagens nacionais e internacionais compondo Escalões Avançados (Escavs), sendo duas preparatórias. Também compõe 35 Escalões Avançados no Distrito Federal, para a organização de eventos institucionais da Presidência da República.

**Entrevistas técnicas preparatórias** – contribuição para articulação de seis entrevistas técnicas em cinco estados. O objetivo dessas iniciativas é manter os profissionais de imprensa regional informados sobre a agenda presidencial. Adicionalmente, técnicos do Governo Federal atuaram como porta-vozes para transmitir informações governamentais qualificadas. As entrevistas técnicas foram concedidas nas vésperas das agendas do Presidente da República, potencializando a repercussão da visita, conferindo maior proximidade das medidas e políticas públicas com a realidade local.

**Entrevistas presidenciais** – O Presidente Michel Temer concedeu, em 2016, 13 entrevistas a rádios regionais, tais como rádio Estadão (SP), Metrópole (BA), Jornal (PE), entre outras. Foram ainda concedidas outras 15 entrevistas presidenciais em formato quebra-queixo em viagens nacionais.

#### 1.4.3.1.2.2 Ações com Ministro e Órgãos do Governo Federal

**Entrevistas com ministros e autoridades** – O fortalecimento das ações de comunicação do Governo Federal nos municípios em que ocorrerão agendas presidenciais é feito por meio da intermediação de entrevistas exclusivas para veículos de imprensa regionais com ministros, presidentes de estatais e demais autoridades do Governo Federal. Com esse propósito foram concedidas 35 entrevistas.

Em setembro de 2016, em referência a Semana Nacional de Trânsito, autoridades da Polícia Rodoviária Federal concederam entrevistas para rádios de quatro estados: Minas Gerais, Santa Catarina, Goiás e Espírito Santo.

Também em dezembro de 2016, a Secom/CC/PR coordenou as ações de comunicação do “Dia D” de Mobilização contra o Aedes aegypti. O Departamento ficou responsável pelos avisos de pauta regionais, ofereceu ainda aos assessores de ministros em viagem uma lista de sugestões de veículos de imprensa para entrevistas das autoridades.

**Bom Dia Ministro** – O programa foi interrompido em maio. Em 2016, foram produzidos 11 programas, uma média de um porta-voz por semana falando com rádios de todo o País, com a participação direta da sociedade, por meio das redes sociais. Participaram comunicadores de mais de 50 rádios diferentes. Abaixo segue detalhamento:

Tabela 06 – Bom dia Ministro – Programas

Data	Bom dia Ministro – Entrevistas
19/01/2016	O programa recebeu o ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação, Celso Pansera, para falar sobre a entrada em vigor do novo Marco Legal do setor.
29/01/2016	O programa entrevistou a ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Tereza Campello, para tratar sobre a situação do trabalho infantil no Brasil que, em 10 anos, caiu 43%.
04/02/2016	O programa recebeu o ministro da Defesa, Aldo Rebelo, para falar sobre a atuação dos militares das Forças Armadas no combate ao mosquito Aedes aegypti.
18/02/2016	O programa entrevistou o ministro da Educação, Aloizio Mercadante, para tratar sobre a mobilização da Educação no combate ao mosquito Aedes aegypti.
24/02/2016	O programa recebeu o ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Edinho Silva, para falar sobre a campanha do governo federal de combate ao mosquito Aedes aegypti.
08/03/2016	O programa recebeu a ministra do Meio Ambiente, Izabella Teixeira, e o Procurador-Geral Federal, Renato Vieira, da Advocacia-Geral da União (AGU), para falar sobre acordo firmado entre União, estados de Minas Gerais e do Espírito Santo e mineradora Samarco para recuperação do Rio Doce.
09/03/2016	Na semana em que se comemorou o Dia Internacional da Mulher, o programa recebeu a ministra das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos, Nilma Lino Gomes.
17/03/2016	O programa recebeu a ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Tereza Campello, para falar sobre um novo cartão da Caixa Econômica Federal para beneficiários do programa Bolsa Família.
13/04/2016	O programa recebeu o ministro do Esporte, Ricardo Leyser, para falar sobre o revezamento da Tocha Olímpica no Brasil.
19/04/2016	O programa recebeu a ministra das Mulheres, da Igualdade Racial, da Juventude e dos Direitos Humanos, Nilma Lino Gomes, para falar sobre as etapas das Conferências Conjuntas de Direitos Humanos.
04/05/2016	O programa recebeu o ministro do Desenvolvimento Agrário, Patrus Ananias, para falar sobre o Plano Safra da Agricultura Familiar 2016/2017.

Fonte: Secom/CC/PR

**Brasil em Pauta** – O programa foi interrompido em maio. De janeiro a maio, foram produzidos quatro programas, numa média de um porta-voz por programa falando com rádios de todo o País, além da participação direta da sociedade, por meio das redes sociais. Participaram comunicadores de mais de 25 diferentes rádios. Abaixo segue detalhamento:

Tabela 07 – Brasil em Pauta – Programas

Data	Bom dia Ministro – Entrevistas
12/02/2016	O secretário Nacional de Proteção e Defesa Civil, general Adriano Pereira Júnior, foi o convidado desta edição do programa Brasil em Pauta. O tema foi a atuação dos agentes de defesa civil no combate ao mosquito Aedes aegypti.
04/03/2016	O supervisor Nacional do Imposto de Renda, Joaquim Adir, foi o convidado do Brasil em Pauta desta edição. O programa tratou da entrega da declaração do Imposto de Renda da Pessoa Física 2015/2016.
11/03/2016	O diretor de Vigilância das Doenças Transmissíveis do Ministério da Saúde, Cláudio Maierovitch, foi o convidado do Brasil em Pauta desta edição. Na pauta, dúvidas sobre o Zika Vírus e o combate ao mosquito Aedes aegypti.
29/04/2016	O secretário de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde, Antonio Nardi, foi o convidado desta edição. Na pauta, a Campanha Nacional de Vacinação contra os Vírus da Influenza e a mobilização nacional para incentivar meninas de 9 a 13 anos a se vacinarem contra o HPV.

Fonte: Secom/CC/PR

#### 1.4.3.1.2.3 Demais Produtos

**Divulgação Regional** – Em 2016, foram realizadas 372 divulgações regionais de assuntos de interesse do Governo Federal e agendas presidenciais. Além disso, foram produzidos *releases* e divulgados áudios do presidente, ministros e outras autoridades federais sobre temas de interesse público.

A divulgação acontece por meio de envio do material para *mailing* com mais de 26 mil contatos de e-mail de jornalistas de todo o País, além de reforço por meio de *follow-up* com principais veículos de imprensa dos estados.

Destacam-se ações para o reforço dos lançamentos dos programas Criança Feliz e Cartão Reforma, do relançamento do Cartão Construcard e da proposta de reforma da Previdência.

**Notícias do Dia** – Em 2016, foram enviadas 239 edições do informativo Notícias do Dia. O boletim, que reúne as informações mais relevantes do Governo Federal diariamente, é distribuído para veículos regionais de imprensa.

**Semana do Planalto** – Boletim de rádio com os destaques da semana do Governo Federal, principalmente, com notícias relacionadas à agenda presidencial. O programa é distribuído para as rádios regionais de todo País, além de ser disponibilizado via satélite da EBC aos finais de semana e em *site* para *download*. Com projeto iniciado em dezembro, foram produzidos dois programas.

**Síntese da Imprensa Regional** – Em novembro, teve início a produção e a divulgação interna de síntese das principais notícias regionais que impactam nas ações federais. Desde então, foram produzidas 32 sínteses. Os jornais analisados foram: Diário do Amazonas (AM), A Tarde (BA), Correio da Bahia (BA), Diário do Nordeste (CE), O Povo (CE), O Popular (GO), O Estado MS (MS), Diário de Cuiabá (MT), Estado de Minas (MG), O Tempo (MG), Diário do Pará (PA), Gazeta do Povo (PR), Jornal do Commercio (PE), O Dia (RJ), Zero Hora (RS), Diário de São Paulo (SP), Diário da Amazônia (RO) e Tribuna do Norte (RN).

**Alertas de rádio** – Diariamente é realizado o monitoramento de rádios – como CBN, BandNews, Jovem Pan, além de rádios regionais – sobre assuntos importantes relacionados ao Governo Federal. Desde junho, quando o monitoramento começou a ser realizado, foram enviadas cerca de 850 notas/alertas.

#### 1.4.3.1.2.4 Atendimento à Imprensa Regional – Consolidado

Cerca de 6,5 mil atendimentos telefônicos à imprensa regional, tanto em Brasília quanto em viagens nacionais, foram realizados durante o exercício.

Tabela 08 – Ações Imprensa Regional – Consolidado

Produto	Quantidade
Escalões Avançados – nacionais e internacionais	60
Escalões Avançados no DF	35
Entrevistas técnicas preparatórias	6
Entrevistas presidenciais regionais	13
Entrevistas em formato quebra-queixo	15
Entrevistas com ministros e autoridades	35
Programa Bom Dia Ministro	11
Programa Brasil em Pauta	4
Programa Por Dentro do Governo	14
Artigos de ministros e autoridades	5
Planos de Comunicação	5
Divulgação Regional	372
Notícias do Dia	239
Semana do Planalto	2
Síntese da Imprensa Regional	32
Alertas de rádio	850
Atendimento à Imprensa	6.500

Fonte: Secom/CC/PR

#### 1.4.3.1.2.5 Ações de Comunicação

**Zika Vírus** – Para dar início à Campanha de Prevenção e Combate ao Aedes aegypti no verão, organizada pelo Ministério da Saúde, foi elaborado um plano de ações de rádio.

Para isso, foi realizado o levantamento de rádios regionais para que o Ministro da Saúde e o Diretor de Vigilância Sanitária concedessem entrevistas sobre o tema. Foram produzidos conteúdos de “pílulas” distribuídos às rádios de todo o País, e também a produção de Minuto sobre Zika na Voz do Brasil. O Ministro da saúde, até o fim de novembro, concedeu entrevistas às rádios Tupi, no Rio de Janeiro, Jornal, em Pernambuco e Bandeirantes, em São Paulo.

**Olimpíadas 2016** – Durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, o Departamento prestou apoio às atividades realizadas pela Secom/CC/PR no Rio Media Center. Adicionalmente, foram realizadas ações de comunicação para reforçar os 200 e os 100 dias para o início dos Jogos, além de ações de divulgação específicas para o Revezamento da Tocha Olímpica.

**Combate à violência contra a mulher** – Em parceria com a Secretaria Especial de Política para Mulheres (SPM), foi criado plano de ações de rádio para a campanha “Combate à violência contra a mulher”. Porta-vozes da SPM concederam entrevistas para rádios regionais em estados prioritários (AC, CE, AM, AP, AL, BA, CE, MA, DF, GO, MS, ES e MG). A Secretaria Especial de Política para Mulheres, Fátima Pelaes, participou dos programas Por Dentro do Governo e Voz do Brasil.

**Semana Nacional do Trânsito** – Em parceria com a Polícia Rodoviária Federal, durante a Semana Nacional do Trânsito, foi feita a articulação de entrevistas de porta-vozes da PRF para rádios dos estados que se destacam pelo número de acidentes no trânsito. As ações ocorreram em Minas Gerais, Santa Catarina, Goiás e Espírito Santo.

**Operação Rodovida** - A Operação Rodovida é uma ação integrada do Governo Federal, na qual diversos órgãos do Poder Executivo federal unem esforços para reduzir o número de acidentes no trânsito. Como parte da estratégia de divulgação foram feitas entrevistas com porta-vozes em rádios regionais, nos moldes do que ocorreu na Semana Nacional do Trânsito. Além disso, foram divulgados *releases* com dados regionalizados; artigos de ministros a serem publicados nos principais jornais do País (um veículo por estado); participações de porta-vozes na Voz do Brasil e no programa “Por dentro do Governo”, entre outras ações.

#### 1.4.3.1.2.6 Divisão de Operação de Imprensa

Em 2016, 353 eventos contaram com a participação da equipe. Desse total, 236 contaram com a participação do presidente da República (193 agendas em Brasília, outras 42 cerimônias nos Estados e uma cerimônia internacional). Foram contabilizadas ainda 117 agendas com a participação de ministros e outras autoridades do Governo Federal, Estadual ou Municipal. Estes eventos compreendem entrevistas coletivas, *briefings* com o porta-voz, quebra-queixos, reconhecimentos de locais para eventos, ensaios, etc.

#### 1.4.3.1.2.7 Divisão Operacional de Áudio

A Divisão é responsável pelas condições técnicas de sonorização, gravação, reprodução, distribuição e transmissão de eventos institucionais da Presidência da República. Em 2016, a equipe integrou 60 viagens nacionais para cobertura de eventos, realizou 35 eventos e reuniões no Distrito Federal, organizou e gravou 134 discursos, 53 entrevistas, 47 reuniões presidenciais de trabalho e 39 reuniões auxiliares para a Casa Civil, além de entrevistas de ministros e autoridades.

#### 1.4.3.1.2.8 Credenciamento de Imprensa

O Setor de Credenciamento é responsável por garantir chancela aos profissionais de veículos de comunicação no acompanhamento das agendas presidenciais tanto no Palácio do Planalto, Palácio da Alvorada, Residência do Torto, quanto na cobertura de eventos em Brasília e, ainda, na cobertura de eventos em viagens nacionais.

Ao longo de 2016 foram implantadas diversas funcionalidades no sistema de credenciamento, plataforma web, visando facilitar a inclusão de profissionais para a participação nos diversos eventos realizados no território nacional, entre elas o envio de mensagens automáticas de pendências e inadequações. Em maio foram substituídas as antigas credenciais impressas em papel por credenciais impressas em PVC, o que foi considerado uma grande melhoria pelos profissionais que a utilizam.

Em 2016, o Setor foi responsável pelo credenciamento de 1545 profissionais de imprensa, em 34 eventos nacionais. Em Brasília, o setor realizou o credenciamento em 30 eventos, totalizando 2839 profissionais credenciados. Foram credenciados 16.675

profissionais para participação pontual em eventos no Palácio do Planalto. Emitiu a identificação fixa (credenciamento anual) para 782 profissionais de Brasília e 472 de sete capitais federais, (Belo Horizonte, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo) totalizando 1254 credenciais.

#### 1.4.3.1.3 Produção e Divulgação de Imagens

O Departamento de Produção e Divulgação de Imagens – Deima é responsável pela cobertura fotográfica dos compromissos relacionados ao Presidente da República, disponibilizando fotografias para *Twitter*, *Flickr* e Portal da Presidência da República, o que torna possível potencializar o acesso a este material pelos mais diversos públicos interessados.

A produção de fotolivros e álbuns fotográficos e atendimento às solicitações da imprensa nacional e internacional, órgãos públicos federais, estaduais e municipais, e da sociedade em geral também fazem parte das atribuições do Departamento.

O Departamento é responsável também pela impressão de fotografias para uso interno, além da produção e organização do arquivo fotográfico das atividades presidenciais, para composição de acervo histórico.

Principais ações realizadas em 2016:

- Montagem do laboratório fotográfico do Palácio do Planalto;
- Criação de conta Flickr (*Site* de hospedagem e compartilhamento de fotos) do Palácio do Planalto para funcionar como 2<sup>a</sup> opção de acesso ao material fotográfico disponibilizado para divulgação;
- Criação da coluna Foto do Dia (Fotografias com tema livre) publicada diariamente no Portal do Planalto e no Flickr;
- Disponibilização de cartão de visitas com QR code, possibilitando o acesso direto aos álbuns fotográficos publicados no Flickr do Planalto;
- Disponibilização de Fotolivro contendo resumo fotográfico mensal das atividades presidenciais; e
- Idealização do Álbum Fotográfico destinado a presentear os chefes de estado estrangeiros durante as visitas oficiais ao nosso país.

Contratos vigentes do Departamento de Produção e Divulgação de Imagens:

- Contrato nº 148/2013 de Manutenção preventiva e corretiva com reposição de peças do Minilab Noritsu QSS 3001, no valor de R\$ 102.326,75 (Cento e dois mil trezentos e vinte e seis reais e setenta e cinco centavos). O contrato foi renovado em 2016, podendo haver mais uma renovação. Vigência 06/11/2016 a 06/11/2017.

- Contrato nº 041/2016 Manutenção preventiva e corretiva com reposição de peças do Minilab Noritsu D 1005, no valor total de R\$ 129.708,00 (Cento e vinte e nove mil setecentos e oito reais). Vigência 09/05/2016 a 09/05/2017.

#### 1.4.3.1.4 Relações com a Imprensa Internacional

O Departamento de Relações com a Imprensa Internacional – Deint faz a intermediação entre a imprensa internacional e a Presidência da República. Realiza atendimento a correspondentes no Brasil (inclusive os estrangeiros que compõem o Comitê de Imprensa no Palácio do Planalto), além de jornalistas estrangeiros baseados no exterior. Além disso, promove a coordenação de imprensa nas viagens presidenciais ao exterior e nos eventos e audiências internacionais realizados no Brasil com a participação do presidente da República. Essa atuação demanda a apuração constante de informações junto à Assessoria Especial do Presidente para assuntos internacionais e ao Ministério das Relações Exteriores MRE.

O departamento presta apoio aos ministérios no relacionamento com a imprensa internacional, contando com empresa contratada para realização de serviços de consultoria, assessoria de imprensa e de relações públicas para promoção do Brasil no exterior (CDN Comunicação Corporativa – contrato 001/2015 – ver item 1.3.3).

A seguir são apresentadas as principais atividades realizadas no decorrer de 2016, ano em que o ambiente político-institucional do país e a realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 geraram particular interesse da mídia internacional.

#### Entrevistas presidenciais à imprensa estrangeira no Brasil:

Tabela 09 – Entrevistas no Brasil - Presidente Dilma Rousseff

Data	Evento
24/01/2016	Entrevista por escrito ao jornal equatoriano El Comercio, por ocasião da visita da Presidente Dilma Rousseff ao Equador.
25/02/2016	Presidente Dilma Rousseff lançou seu perfil no Weibo, rede social chinesa no estilo "microblog", com vídeo direcionado ao público chinês, em que convida os chineses para os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016.
26/02/2016	Entrevista ao jornal El Mercurio, por ocasião da visita ao Chile.
24/03/2016	Entrevista coletiva com jornalistas de veículos estrangeiros: The New York Times, The Guardian, Le Monde, Die Zeit, El País e Página 12.
19/04/2016	Entrevista coletiva com os correspondentes estrangeiros baseados no Brasil. Compareceram representantes de 22 veículos.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 10 – Entrevistas no Brasil – Presidente Michel Temer

Data	Evento
21/06/2016	Entrevista da jornalista Lally Weymouth, do Washington Post.
08/07/2016	Entrevista por escrito à Agência Lusa.
22/07/2016	Entrevista por escrito à Agência Kyodo News.
29/07/2016	Entrevista coletiva a correspondentes estrangeiros, residentes em Brasília.
15/09/2016	Entrevista com o jornalista Paulo Trevisani, do The Wall Street Jones/Dow Jones.

<b>29/09/2016</b>	Entrevista com os jornalistas argentinos Marcelo Cantelmi, do Clarín e Alberto Armendariz, do La Nación.
<b>21/10/2016</b>	Entrevista por escrito à Agência Lusa .

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 11 – Entrevistas no Exterior – Presidente Dilma Rousseff

Data	Evento
<b>27/01/2016</b>	Entrevista coletiva concedida após declaração à Imprensa (Quito/Equador).
<b>27/01/2016</b>	Entrevista coletiva concedida após Sessão de abertura da IV Cúpula de Chefes de Estado e de Governo da Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos – CELAC (Quito/Equador).
<b>27/02/2016</b>	Entrevista coletiva informal concedida na sede da CEPAL em Santiago, Chile.
<b>23/04/2016</b>	Entrevista coletiva a jornalistas brasileiros em Nova York, EUA.
<b>23/04/2016</b>	Entrevista coletiva a jornalistas estrangeiros em Nova York.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 12 – Entrevistas no Exterior – Presidente Michel Temer

Data	Evento
<b>02/09/2016</b>	Entrevista coletiva após participação em evento empresarial em Xangai, China.
<b>02/09/2016</b>	Entrevista informal à Rede Globo em Xangai, China.
<b>02/09/2016</b>	Entrevista informal ao SBT em Hangzhou, China.
<b>03/09/2016</b>	Entrevista coletiva informal à imprensa brasileira em Hangzhou, China.
<b>03/09/2016</b>	Entrevista coletiva à imprensa chinesa em Hangzhou, China.
<b>04/09/2016</b>	Entrevista coletiva à imprensa brasileira em Hangzhou, China.
<b>19/09/2016</b>	Entrevista ao Editorial Board da agência Bloomberg e ao jornalista Erik Schatzcker, da TV Bloomberg.
<b>21/09/2016</b>	Entrevista coletiva à imprensa brasileira e estrangeira em Nova York, EUA.
<b>03/10/2016</b>	Entrevista coletiva com o Presidente Mauricio Macri à imprensa brasileira e argentina em Buenos Aires
<b>03/10/2016</b>	Entrevista informal à imprensa brasileira em Buenos Aires.
<b>16/10/2016</b>	Entrevista coletiva à imprensa brasileira em Goa, Índia.
<b>18/10/2016</b>	Entrevista coletiva à imprensa japonesa em Tóquio.

Fonte: Secom/CC/PR

Foram realizados nove Escalões Avançados (Escavs) para a preparação de viagens presidenciais a oito países no ano de 2016, conforme a seguinte relação:

Tabela 13 – Viagens ao Exterior – Presidente Dilma Rousseff

Data	Evento
<b>26 e 27/01/2016</b>	Visita ao Equador.
<b>25 a 26/02/2016</b>	Visita ao Chile.
<b>20 a 24/04/2016</b>	Visita aos EUA.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 14 – Viagens ao Exterior – Presidente Michel Temer

Data	Evento
<b>02 a 05/09/2016</b>	Visita à China para Reunião de Cúpula do G20.
<b>18 a 22/09/2016</b>	Visita a Nova York para reunião anual da Assembleia Geral da ONU.
<b>29/09 a 03/10/2016</b>	Visita oficial a Buenos Aires.
<b>30/09 a 03/10/2016</b>	Visita oficial a Assunção, Paraguai.
<b>08 a 17/10/2016</b>	Visita a Goa, Índia, para reunião do Brics.
<b>11 a 19/10/2016</b>	Visita oficial ao Japão.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 15 – Eventos Internacionais no Brasil – Coordenação de Imprensa

Data	Evento
<b>25/05/2016</b>	Cerimônia de entrega de credenciais de Embaixadores estrangeiros.
<b>23/06/2016</b>	Cerimônia de entrega de credenciais de Embaixadores estrangeiros.
<b>05/08/2016</b>	Recepção aos chefes de Estado e de Governo no Palácio do Itamaraty (RJ) por ocasião

	da abertura dos Jogos Rio 2016.
<b>25/07 a 20/08/2016</b>	Organização de coletivas de autoridades do governo federal no Centro Aberto de Mídia.
<b>27/10/2016</b>	Cerimônia de Apresentação de Credenciais de Embaixadores (Palácio do Planalto).
<b>27/10/2016</b>	Cerimônia de entrega de condecorações da Ordem Nacional do Cruzeiro do Sul a juristas estrangeiros (Palácio do Planalto).
<b>31/10 a 01/11/2016</b>	XI Conferência de Chefes de Estado e de Governo da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) (Itamaraty).
<b>6/11/2016</b>	Reunião Ministerial do Cone Sul sobre Segurança nas Fronteiras (Itamaraty).
<b>16/12/2016</b>	Cerimônia de entrega da Ordem de Rio Branco e da Ordem do Mérito da Defesa a cidadãos colombianos e ao prefeito de Chapecó, SC.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 16 – Coletivas audiências internacionais no Brasil – Presidente Dilma Rousseff

Data	Evento
<b>04/02/2016</b>	Coletiva de Kailash Satyarthi, Prêmio Nobel da Paz de 2014, no Salão Leste (participação de Tereza Campello, ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome – MDS).
<b>23/02/2016</b>	Coletiva da Vice-Presidente da Argentina, Gabriela Michetti no Salão Leste (Palácio do Planalto – DF).

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 17 – Coletivas audiências internacionais no Brasil – Presidente Michel Temer

Data	Evento
<b>10/11/2016</b>	Coletiva do CEO da Shell, Ben van Beurden.
<b>16/11/2016</b>	Coletiva do Presidente do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Luis Alberto Moreno.
<b>29/11/2016</b>	Coletiva de Steve St. Angelo, CEO América Latina e Chairman Toyota do Brasil.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 18 – Audiência com autoridades e empresários – Presidente Dilma Rousseff

Data	Evento
<b>19/01/2016</b>	CEO da Royal Dutch Shell, Ben Van Beurden.
<b>04/02/2016</b>	Visita do Prêmio Nobel da Paz de 2014, Kailash Satyarthi (Palácio do Planalto).
<b>19/02/2016</b>	Visita de Sua Santidade Kirill, Patriarca de Moscou e de toda a Rússia (Palácio do Planalto).
<b>23/02/2016</b>	Visita da Diretora-Geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), Margaret Chan. (Palácio do Planalto).
<b>25/02/2016</b>	Visita do CEO e Presidente da Sina Corp (Weibo), Chao Guowei. (Palácio do Planalto).

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 19 – Audiência com autoridades e empresários – Presidente Michel Temer

Data	Evento
<b>08/06/2016</b>	Visita do Chanceler do Paraguai, Eladio Loizada. (Palácio do Planalto).
<b>14/06/2016</b>	Visita do presidente do Comitê Olímpico Internacional, Thomas Bach (Palácio do Planalto).
<b>27/09/2016</b>	Visita de Jacob Lew, secretário do Tesouro dos EUA (Palácio do Planalto).
<b>27/10/2016</b>	Visita de Moran Mor Inácio Efrém II Karim, patriarca da Igreja Síria Ortodoxa de Antioquia (Palácio do Planalto).
<b>03/11/2016</b>	Visita de Ignatius Joseph III Yonan, Patriarca da Igreja Siríaca Católica (Palácio do Planalto).
<b>10/11/2016</b>	Visita de grupo de investidores da Royal Dutch Shell, com CEO Ben van Beurden (Palácio do Planalto).
<b>16/11/2016</b>	Visita do Presidente do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Luis Alberto Moreno.
<b>21/11/2016</b>	Visita de Ana Botín, Presidente Mundial do Grupo Santander.
<b>29/11/2016</b>	Visita de Steve St. Angelo, CEO América Latina e Chairman Toyota do Brasil.
<b>01/12/2016</b>	Visita de Andreas Renschler, CEO mundial da Holding de Caminhões e Ônibus do Grupo Volkswagen e Roberto Cortês, presidente e CEO da MAN Latin America (

	Palácio do Planalto).
<b>08/12/2016</b>	Visita de Susana Malcorra, chanceler da Argentina (Palácio do Planalto).
<b>13/12/2016</b>	Visita de Phillip Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil & Head Latin America (Palácio do Planalto).

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 20 – Encontros Chefe de Estado e de Governo – Presidente Dilma Rousseff

<b>Data</b>	<b>Evento</b>
<b>01/02/2016</b>	Visita do Presidente da Bulgária, Rosen Plevneliev (Palácio do Planalto).
<b>02/02/2016</b>	Visita do Presidente da Bolívia, Evo Morales (Palácio do Planalto).
<b>23/02/2016</b>	Visita da Vice-Presidente da Argentina, Gabriela Michetti (Palácio do Planalto).

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 21 – Encontros Chefe de Estado e de Governo – Presidente Michel Temer

<b>Data</b>	<b>Evento</b>
<b>12/08/2016</b>	Visita de Trabalho do presidente da Armênia, Serzh Sargsyan (Palácio do Planalto).
<b>02/09/2016</b>	Encontro com o presidente da República Popular da China, Xi Jinping (Hangzhou).
<b>05/09/2016</b>	Encontro com o primeiro-ministro da Espanha, Mariano Rajoy (Hangzhou).
<b>05/09/2016</b>	Encontro com o primeiro-ministro da Itália, Matteo Renzi (Hangzhou).
<b>05/09/2016</b>	Encontro com o primeiro-ministro do Japão, Shinzo Abe (Hangzhou).
<b>19/09/2016</b>	Encontro com o presidente de Portugal, Marcelo Rebelo de Souza (Nova York).
<b>19/09/2016</b>	Encontro com o presidente do Uruguai, Tabaré Vazquez (Nova York).
<b>20/09/2016</b>	Secretário-Geral da ONU, Ban Ki- Moon (Nova York).
<b>20/09/2016</b>	Presidente do Estado da Palestina, Mahmoud Abbas (Nova York).
<b>20/09/2016</b>	Presidente do Peru, Pedro Paulo Kuczynski (Nova York).
<b>17/10/2016</b>	Primeiro-Ministro da Índia, Narendra Modi (Goa).
<b>19/10/2016</b>	Imperador Akihito (Tóquio).
<b>19/10/2016</b>	Primeiro-ministro do Japão, Shinzo Abe (Tóquio).
<b>31/10/2016</b>	Secretário-Geral da ONU eleito, Antônio Guterres (Palácio do Planalto).
<b>31/10/2016</b>	Presidente de Portugal, Marcelo Rebelo de Sousa (Palácio do Planalto).
<b>31/10/2016</b>	Presidente de Cabo Verde, Jorge Carlos Fonseca
<b>31/10/2016</b>	Vice-presidente de Angola, Manuel Domingos Vicente.
<b>31/10/2016</b>	Presidente do Timor Leste, Taur Matan Ruak, (Palácio do Planalto).
<b>31/10/2016</b>	Presidente da Guiné Equatorial, Obiang Nguema Mbasogo ( Palácio do Itamaraty).
<b>01/11/2016</b>	Visita oficial do Primeiro-Ministro de Portugal, Antônio Costa (Palácio do Planalto e Itamaraty).

Fonte: Secom/CC/PR

#### 1.4.3.1.4.1 Jogos Rio 2016 – Relacionamento com Imprensa Internacional

Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 exigiram atenção especial da área de Relacionamento com a Imprensa Internacional. Para isso, foram elaborados materiais, como banco de pautas, guia do jornalista e *fact sheets*, e coletivas de imprensa no Rio de Janeiro. O governo brasileiro aproveitou a maciça presença de veículos de imprensa estrangeiros para oferecer informações relevantes e qualificadas sobre o Brasil, sugestões de temas de cobertura e disponibilização de porta-vozes para assuntos estratégicos do País.

Foram organizadas 23 coletivas no Rio Media Center, no Rio de Janeiro, durante os Jogos, sendo as principais:

- Ministro-Chefe da Casa Civil, Eliseu Padilha (três coletivas);
- Ministro do Esporte, Leonardo Picciani (quatro coletivas);

- Ministro da Saúde, Ricardo Barros;
- Ministro da Defesa, Raul Jungmann;
- Secretário-Executivo do Programa de Parcerias de Investimentos, Moreira Franco;
- Ministro do Trabalho, Ronaldo Nogueira;
- Ministro interino do Turismo, Alberto Alves; e
- Presidente da Embratur, Vinicius Lummertz.

**Artigos** – Para marcar os 30 dias para o início dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, o Presidente Michel Temer preparou um artigo de boas-vindas aos visitantes e torcedores que foi publicado em dezenas de jornais estrangeiros. No dia da abertura dos Jogos, a agência de notícias espanhola EFE distribuiu outro artigo do Presidente celebrando a capacidade do país de superar obstáculos.

**Fact sheets** – informações e subsídios para o trabalho do jornalista estrangeiro, os *fact sheets* abordaram principalmente temas relacionados aos Jogos Olímpicos e Paralímpicos.

Entre os meses de março e abril, foi produzido um material sobre a segurança nos Jogos. No marco dos 100 dias para o início do mega evento esportivo (30 de maio), foram fornecidas informações sobre todos os programas e incentivos do Governo Federal voltados a atletas paralímpicos.

Antes do início da Conferência do Clima em Marrakech (COP22), foi elaborado documento detalhado sobre todo o trabalho do Brasil relativo a mudança do clima em diferentes áreas e as propostas defendidas pelo País.

**Treinamento de porta-vozes** – Outra frente de ação importante, foram os treinamentos de porta-vozes do Governo Federal. Na gestão Dilma Rousseff, foram treinados a presidente do Incra, Maria Lúcia de Oliveira Falcón, e os diretores do Incra, César Fernando Schiavon Aldrighi, Ivan Siqueira Barreto, Luiz Rodrigues de Oliveira e Richard Martins Torsiano; o presidente da Embratur, Vinicius Lummertz, e o ministro da Fazenda, Nelson Barbosa.

Na gestão Michel Temer, com foco específico nos Jogos Olímpicos, foram treinados o Secretário Extraordinário de Segurança para Grandes Eventos, Andrei Rodrigues; Ministro-Chefe da Casa Civil, Eliseu Padilha; Secretário-Executivo do Programa de Parcerias e Investimentos, Moreira Franco; Ministro do Gabinete de Segurança Institucional, General Sergio Westphalen Etchegoyen; e o Presidente da Embratur, Vinicius Lummertz.

Além disso, participaram de *media training* os seguintes porta-vozes: ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, Marcos Pereira; ministro de Minas e Energia,

Fernando Coelho Filho; ministro do Trabalho, Ronaldo Nogueira; e o secretário-executivo do Ministério da Agricultura, Eumar Novacki.

**Viagens de familiarização** – O tema Jogos Olímpicos e Paralímpicos foi objeto de duas viagens de familiarização. A primeira, de 6 a 8 de abril, foi focada em correspondentes estrangeiros baseados em São Paulo. Participaram da viagem jornalistas dos seguintes veículos: Financial Times, Le Monde, La Nación, The Wall Street Journal, Asahi Shimbun, De Groene Amsterdammer, Frankfurter Allgemeine Zeitung e Tyc Sports.

A segunda viagem de familiarização foi voltada para jornalistas estrangeiros que atuam fora do Brasil e incluiu os seguintes veículos: The New York Times, AFP, Yomiuri Shimbun, Around the Rings, SNTV e EFE. A viagem ocorreu entre os dias 23 e 29 de abril.

**Brazilgovnews** – A Secom/CC/PR lançou em agosto uma versão em inglês do portal do Governo Federal, [www.brazilgovnews.gov.br](http://www.brazilgovnews.gov.br). Diariamente são selecionados, traduzidos e adaptados ao público estrangeiro conteúdos publicados originalmente em português nas principais páginas do Governo. Os conteúdos também alimentam as redes sociais em inglês do Governo (Facebook e Twitter).

**Teleconferências** – Organização e acompanhamento de teleconferências com a imprensa estrangeira. Na gestão Dilma Rousseff, foi realizada uma teleconferência com o Advogado-Geral da União (AGU), José Eduardo Cardozo. Já na gestão Michel Temer, foram entrevistados o ministro do Meio Ambiente, Sarney Filho (03/11), e o presidente do Banco Central, Ilan Goldfajn (16/11/2016).

#### 1.4.3.1.4.2 Entrevistas para correspondentes estrangeiros:

Tabela 22 – Entrevistas para correspondentes estrangeiros

Data	Evento
26/02/2016	Entrevista coletiva do ministro Edinho Silva a correspondentes internacionais no Rio de Janeiro.
22/03/2016	Coletiva de imprensa com o Advogado-Geral da União, José Eduardo Cardozo, em São Paulo.
23/03/2016	Coletiva de imprensa com o Ministro Chefe do Gabinete Pessoal da Presidência, Jaques Wagner, no Rio de Janeiro.
08/12/2016	Coletiva do Secretário de Previdência, Marcelo Caetano, em São Paulo.

Fonte: Secom/CC/PR

#### 1.4.3.1.4.3 Apoio a ministros em viagens ao exterior

Em janeiro, o Departamento deu apoio ao Ministério da Fazenda durante participação do Ministro Nelson Barbosa no Fórum Econômico de Davos, na Suíça. Foram organizadas entrevistas exclusivas com as publicações inglesas Financial Times e The Economist.

Em abril, foi dado apoio à ministra do Meio Ambiente, Izabella Teixeira, durante

viagem a Nova York para participação na cerimônia de alto nível de Assinatura do Acordo de Paris sobre Mudança do Clima. Na ocasião, foram organizadas entrevistas exclusivas da ministra com os veículos Reuters, Climate Wire e The New York Times.

Em setembro, foi dado apoio em viagem à Nova York do Secretário Executivo do Programa de Parcerias de Investimentos – PPI, Moreira Franco; ministro dos Transportes, Maurício Quintella; e o ministro de Minas e Energia, Fernando Coelho Filho. Os três porta-vozes concederam entrevistas sobre o “Projeto Crescer” às publicações Barron’s, Latin Finance e Institutional Investor.

Em outubro, o Departamento apoiou o Secretário Executivo do Programa de Parcerias de Investimentos-PPI, Moreira Franco, em viagem a Londres. Na ocasião, foram organizadas cinco entrevistas exclusivas com os seguintes veículos: *Bloomberg*, *The Times*, *Financial Times*, *Platts* e *The Economist*. No caso de *Bloomberg* e *Financial Times* também foi realizada visita à redação.

#### 1.4.4 Macroprocesso – Gestão dos Canais Próprios de Comunicação

**Programa Por Dentro do Governo** – O programa multimídia tem por objetivo divulgar e explicar ações e medidas governamentais de interesse direto da população, promovidas por ministérios, secretarias e outros órgãos do Governo Federal.

O programa estreou no dia 31 de outubro. Foram produzidas 14 entrevistas que resultaram 41 vídeos e 40 áudios, cuja média de divulgação alcançou um programa a cada 1,5 dia. Do total de entrevistados, 11 também participaram, ao vivo, do programa “Voz do Brasil”.

A divulgação do programa “Por dentro do Governo” é feita pela EBC para todo o Brasil, por meio da TV NBR e da programação do satélite RadioSat, o mesmo que transmite a Voz do Brasil. Os programas ficam disponíveis para *download* no portal de conteúdo *on-line* da EBC serviços. Ao todo, são cerca de 9 mil contatos de emissoras de rádios cadastradas no satélite.

A TV NBR é um canal do Governo Federal que tem o objetivo de transmitir informações sobre políticas, ações e o cotidiano do Poder Executivo federal. Seu sinal pode ser captado, em todo o País, por cabo ou antena parabólica.

As “pílulas” do “Por dentro do Governo” são transmitidas ao longo da programação, cerca de 20 vezes ao dia (de segunda a sexta) e de, aproximadamente, dez por dia (sábado e domingo), em inserções na forma de rodízio (temas e entrevistados diferentes). A média mensal é de 500 inserções ao longo da programação da TV NBR.

Outro meio de divulgação do programa é a utilização de *mailing*, com cerca de 6,5 mil emissoras de rádio, 7,1 mil de TV e 4,7 mil *sites* e blogs de todo o País.

Por Dentro do Governo	
Órgão	Temática
<b>Ministério da Fazenda</b>	PEC do Teto dos Gastos Públicos; desemprego e expectativa dos investidores estrangeiros.
<b>Ministério da Educação</b>	Exame do Enem; contratos do Fies e Programa Mais Educação.
<b>Ministério das Cidades</b>	Cartão Reforma; faixa 1,5 do Minha Casa, Minha Vida; Balanço do setor da habitação popular.
<b>Ministério da Saúde</b>	Programa Mais Médicos; Combate ao Aedes aegypt; Informatização dos prontuários e reaplicação de recursos no setor; e Dia de mobilização nacional contra o mosquito.
<b>Ministério Transparéncia, Fiscalização e Controladoria-Geral da União</b>	Balanço dos 13 anos do Portal da Transparéncia; parceria com o site Reclame Aqui.
<b>Ministério da Defesa</b>	Defesa das fronteiras; missões de paz da ONU; Ajuda no combate à violência nos estados; Operação Carro-pipa; Assistência à população ribeirinha; Desenvolvimento da indústria da Defesa; Plano de Articulação e Equipamento da Defesa; e Lançamento do satélite geoestacionário.
<b>Secretaria Especial de Políticas Para Mulheres</b>	Campanha 16 Dias de Ativismo; objetivos da campanha; combate à cultura machista, Disque 180 e principais ações da Secretaria.
<b>Caixa Econômica Federal</b>	Lançamento do novo cartão ConstruCard e respostas a dúvidas de cidadãos.
<b>Secretaria Nacional de Previdência</b>	Entrevista sobre reforma da Previdência (apenas à Voz do Brasil).
<b>Secretaria Nacional de Juventude</b>	Lançamento do Programa Identidade Jovem.
<b>Ministério da Integração Nacional</b>	Principais ações da pasta; Projeto de Integração do Rio São Francisco; Fundo Constitucional de Financiamento do Centro-Oeste (FCO); Situação de emergência por seca e estiagem em cidades do Nordeste; Combate ao transmissor da dengue, vírus Zika e febre Chikungunya.
<b>Departamento Nacional de Trânsito (Denatran)</b>	Mudanças no Código de Trânsito Brasileiro (CTB); Lançamento da Operação Rodovida 2016/2017; Simulador de Direção Veicular; Obrigatoriedade do Exame Toxicológico; Lei do Farol; Uso do celular no trânsito; o exemplo de Botucatu, no interior de São Paulo; uso da seta; velocidades e pardais.

Fonte: Secom/CC/PR

**Voz do Brasil** - Conteúdos produzidos pelo programa “Por dentro do Governo” também compõem a pauta da programação da Voz do Brasil, potencializando a divulgação das informações para cerca de 61 milhões de ouvintes.

Além de ser o programa mais antigo do rádio brasileiro, que completou 81 anos de existência, cumpre função da mais alta relevância, alcançando os mais longínquos rincões do País. Nessas regiões remotas, a Voz do Brasil é uma fonte importante de informação, tradicionalmente disponível há mais de 70 anos, no horário de 19h às 20h.

Os primeiros 25 minutos da Voz do Brasil são produzidos pela Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), sob coordenação da Secom/CC/PR.

Desde outubro de 2016, o programa passou por mudanças e conta, agora, com um novo formato, bem mais interativo, jornalístico e com uma linguagem mais acessível ao grande público. O novo projeto inclui locuções conversadas e também a voz do cidadão no programa, ilustrando ainda mais as matérias que são abordadas na pauta.

## 2 PLANEJAMENTO ORGANIZACIONAL E RESULTADOS

### 2.1 Planejamento Estratégico

Em atendimento à exigência de apresentação do Planejamento Estratégico expressa na Decisão Normativa nº 134/2013 do Tribunal de Contas da União – TCU e a recomendação, de mesmo teor, constante do Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014, da Secretaria de Controle Interno da Secretaria-Geral da Presidência da República, a Secom/CC/PR fez adesão a Ata de Registro de Preços nº 05/2014 do então Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – MP, com vista à contratação de consultoria especializada no desenvolvimento do Planejamento e Gestão Estratégica, resultando na contratação da empresa GD Consult – Gestão & Desenvolvimento Empresarial (Contrato nº 5/2014).

O contrato entre a Secom/CC/PR e a consultoria estabeleceu como objeto “a prestação de serviços de apoio ao processo de planejamento e gestão estratégica, utilizando como referência a metodologia do Balanced Scorecard – BSC<sup>1</sup>, contemplando serviços de formulação, revisão, desdobramento, alinhamento, implementação, monitoramento e capacitação”. Ficou definida, também, a execução dos serviços em 04 etapas distintas, conforme tabela a seguir:

Tabela 24 – Planejamento Estratégico

Etapa	Serviços
<b>1 – Análise Ambiental e Formulação da Estratégia</b>	1.1 – Análise do Ambiente Interno e Externo 1.2 – Definição / Revisão da Missão e Visão do órgão 2.1 – Elaboração do Mapa Estratégico
<b>2 – Desdobramento da Estratégia</b>	2.2 – Elaboração e definição de indicadores e metas 2.3 – Definição e composição da Carteira de Projetos estratégicos 2.4 – Detalhamento dos Projetos (12 projetos)
<b>3 – Alinhamento</b>	3.1 – Elaboração do Painel de Contribuição de unidade do órgão
<b>4 – Monitoramento da Gestão Estratégica</b>	4.1 – Estruturação da área responsável pelo monitoramento da estratégia 4.2 – Desenho do Processo de monitoramento da estratégia 4.3 – Implementação e acompanhamento do monitoramento da estratégia

Fonte: Secom/CC/PR

A Análise do Ambiente Interno e Externo foi executada por meio de ferramentas de coleta e análise das informações, incluindo entrevistas com lideranças e servidores da Secretaria, entrevistas externas com públicos de relacionamento, Matriz SWOT (que identifica Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) e Cadeia de Valor.

Essa última possibilitou o levantamento dos principais macroprocessos da Secom/CC/PR, e sua segmentação em três diferentes perspectivas: Gerenciais, Finalísticos e de Suporte, conforme cadeia de valor a seguir:

<sup>1</sup> *Balanced Scorecard* (BSC) é uma metodologia de medição e gestão de desempenho que funciona como sistema de suporte à decisão cujo principal objetivo é o alinhamento entre a estratégia e as ações operacionais da organização.

Figura 3 – Cadeia de Valor da Secom/PR



Fonte: Secom/CC/PR

Já a Definição da Missão e Visão da Secom/CC/PR contemplou a análise dos instrumentos legais de sua criação e atuação; dos serviços ofertados e respectivos públicos-alvo; e ainda da documentação de planejamento e gestão estratégica existente na Secretaria. A partir das informações analisadas, bem como das entrevistas feitas e, após amplo debate e validação por parte de técnicos e lideranças da Secretaria, chegou-se às seguintes definições:

- Missão: “Promover a comunicação do Governo Federal com a sociedade e ampliar o acesso às informações de interesse público”.
- Visão: “Ser referência em soluções inovadoras e boas práticas de comunicação entre Governo e sociedade”.

Em 2016, a Secom/CC/PR deu continuidade ao seu processo de Planejamento Estratégico, com vistas à conclusão de todas as etapas previstas no trabalho. Vale destacar que o ambiente político-institucional que marcou o primeiro semestre, bem como o período de exercício em interinidade da nova gestão, influenciaram o andamento da etapa implementação e acompanhamento do monitoramento da estratégia. O Planejamento Estratégico foi submetido à apreciação e atualização pela nova gestão, de forma a garantir a continuidade de sua implementação.

## 2.1.1 Descrição sintética dos objetivos do exercício

### 2.1.1.1 Planejamento Estratégico

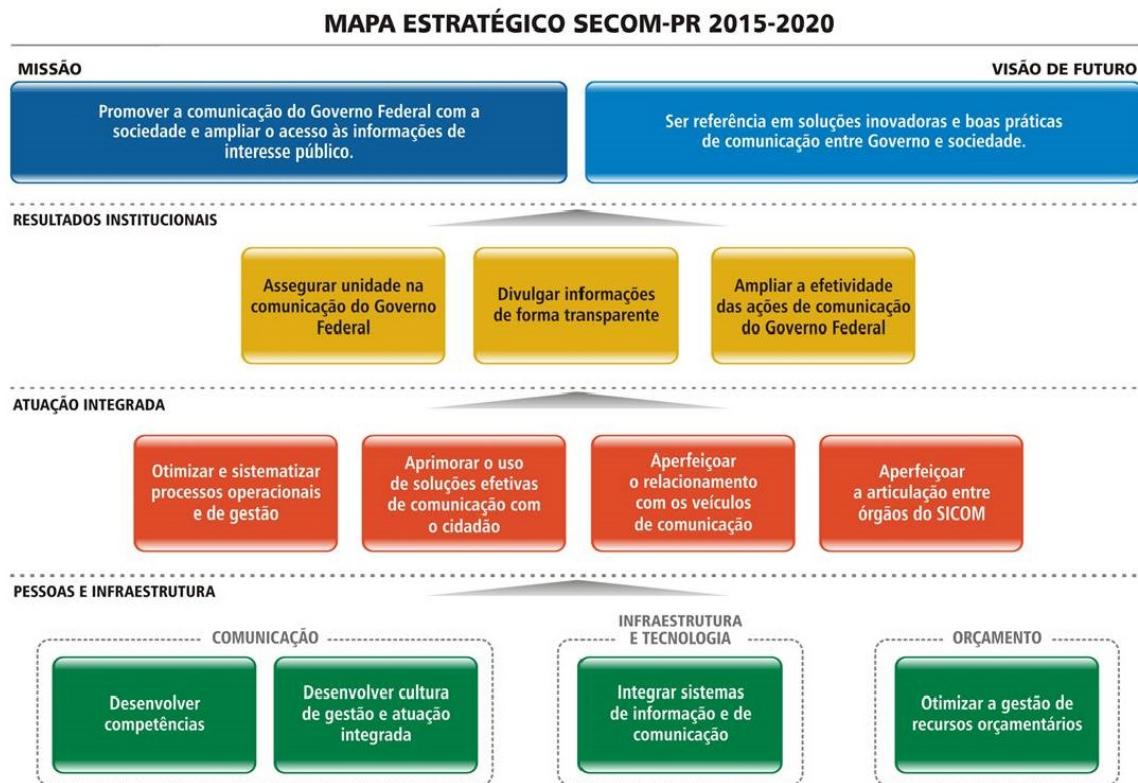
Os objetivos estratégicos são os fins a serem perseguidos pela organização para o cumprimento de sua missão institucional e o alcance de sua visão de futuro. O mapa estratégico traduz a missão, a visão e a estratégia da organização, em um conjunto abrangente de objetivos que direcionam o comportamento e o desempenho organizacional.

A elaboração do Mapa Estratégico da Secom/CC/PR resultou na definição dos principais marcos estratégicos organizacionais para o horizonte temporal compreendido no Planejamento (2015-2020). Nesse sentido, foram definidos 11 objetivos estratégicos:

- Assegurar unicidade na comunicação do Governo Federal.
- Divulgar informações de forma transparente.
- Ampliar a efetividade das ações de comunicação do Governo Federal.
- Otimizar e sistematizar processos operacionais e de gestão.
- Aprimorar o uso de soluções efetivas de comunicação com o cidadão.
- Aperfeiçoar o relacionamento com os veículos de comunicação.
- Aperfeiçoar a articulação entre os órgãos do Sicom.
- Desenvolver competências.
- Desenvolver cultura de gestão e atuação integrada.
- Integrar sistemas de informação e de comunicação.
- Otimizar a gestão de recursos orçamentários.

Seguindo a metodologia do BSC, os objetivos acima foram distribuídos em três diferentes perspectivas “Resultados Institucionais”, “Atuação Integrada” e “Pessoas e Infraestrutura”, resultando no seguinte mapa estratégico:

Figura 4 – Mapa Estratégico da Secom/CC/PR 2015 – 2020



### Perspectiva de Resultados Institucionais

- Assegurar unicidade na comunicação do Governo Federal: Promover o alinhamento de discurso com os órgãos e entidades do Governo Federal de maneira a garantir a efetividade da comunicação.
- Divulgar informações de forma transparente: Disponibilizar ao cidadão acesso à informação íntegra, objetiva e transparente.
- Ampliar a efetividade das ações de comunicação do Governo Federal: Aperfeiçoar as ações de comunicação do Governo Federal para alcançar os resultados estratégicos.

### Perspectiva de Atuação Integrada

- Otimizar e sistematizar processos operacionais e de gestão: Aperfeiçoar procedimentos e sistematizar os processos de trabalho e de gestão com foco na eficiência operacional.
- Aprimorar o uso de soluções efetivas de comunicação com o cidadão: Aperfeiçoar as ferramentas de comunicação com o cidadão disponibilizando informações tempestivas e coesas.
- Aperfeiçoar o relacionamento com os veículos de comunicação: Aprimorar o diálogo entre os veículos de comunicação e o Governo Federal buscando agilidade e transparência.

- Aperfeiçoar a articulação entre órgãos do Sicom: Aprimorar os mecanismos de integração com os órgãos e entidades participantes do Sicom de forma a assegurar uma comunicação pública unificada e coerente.

### Perspectiva de Pessoas e Infraestrutura

- Desenvolver competências: Mapear os conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para o desenvolvimento dos trabalhos da Secom/CC/PR e criar meios para que tais competências sejam desenvolvidas.
- Desenvolver cultura de gestão: Estimular o desenvolvimento da gestão da estratégia e o espírito de cooperação entre as áreas da Secom/CC/PR para alinhamento na atuação integrada.
- Integrar sistemas de informação e comunicação: Desenvolver soluções para a integração de sistemas de informação de comunicação da Secom/CC/PR.
- Otimizar a gestão de recursos orçamentários: Garantir a efetividade do uso dos recursos orçamentários destinados a Secom/CC/PR.

#### 2.1.1.2 Plano Plurianual – PPA

A partir de 2016, a Secom/CC/PR passou a compor o programa temático “Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública” do Plano Plurianual – PPA 2016-2019.

Nesse sentido, a inclusão de objetivos, metas e iniciativas abaixo buscou estabelecer coerência com a finalidade de atuação da Secom/CC/PR.

**Objetivo:** Fortalecer a comunicação social do Poder Executivo federal com a sociedade, promovendo o conhecimento das políticas, programas e ações governamentais de forma democrática, abrangente, transparente e interativa.

#### **Metas:**

- Aperfeiçoar os canais de comunicação do Poder Executivo federal com foco em multimídias digitais; e
- Valorizar a diversidade étnica e cultural e o respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero, acessibilidade e de orientação sexual nas ações de comunicação do Poder Executivo federal.

#### **Iniciativas:**

- Ampliação do acesso aos canais de comunicação digital do Poder Executivo federal fornecendo conteúdos atrativos e relevantes;
- Reestruturação e atualização das tecnologias dos portais;
- Adequação dos portais do Poder Executivo federal para o acesso via dispositivos móveis;
- Revisão da linha editorial com vistas a aprimorar o conteúdo de cada portal;
- Produção de conteúdos regionalizados, para facilitar o acesso do cidadão às informações do Poder Executivo federal na sua região/estado/cidade;
- Estabelecimento da política de interatividade dos comentários nas redes sociais;
- Produção de conteúdos com a linguagem das redes sociais;
- Acompanhamento e orientação da Identidade Padrão de Comunicação Digital dos portais do Poder Executivo federal;
- Promoção da presença de pessoas negras com protagonismo em representações positivas na publicidade institucional do Poder Executivo federal e estimular ações semelhantes no âmbito do Poder Público em geral;
- Promoção da acessibilidade na comunicação do governo para inclusão das pessoas surdas e cegas;
- Ampliação da participação de projetos selecionados por meio de edital de seleção pública dos órgãos de patrocínios e entidades da administração pública federal; e
- Ampliação das ações publicitárias do Poder Executivo federal por meio de uma estratégia de mídia que contemple uma programação abrangente de veículos de comunicação, com foco no interior do país, respeitando as características estratégicas de cada órgão do Poder Executivo federal.

O “Espelho de Monitoramento 2016” está disponível no Anexo I deste Relatório.

### 2.1.2 Formas e Instrumentos de monitoramento da execução dos resultados dos planos

O trabalho conduzido pela consultoria contemplou serviços de formulação, revisão, desdobramento (no qual foi observada a necessidade de definição de indicadores de gestão e projetos estratégicos), alinhamento, implementação, monitoramento e capacitação.

No contexto do desdobramento da estratégia, destacou-se a elaboração e definição de indicadores e metas que procuram medir o desempenho da gestão da Secom/CC/PR, bem como a definição e composição da carteira de projetos estratégicos.

Inicialmente, foram definidos 27 indicadores e 12 projetos estratégicos, alinhados aos objetivos definidos no ciclo de Planejamento Estratégico.

Os indicadores de desempenho passaram a ser coletados e acompanhados sistematicamente em 2016. Esse trabalho foi realizado com base no conhecimento adquirido com o acompanhamento dos serviços desenvolvidos pela consultoria. Buscou-se ainda solidificar e amadurecer o conjunto de indicadores, período no qual foram avaliados sob o ponto de vista de sua contribuição para gestão dos processos.

Dos 12 projetos monitorados em 2016, três foram concluídos, dois foram cancelados, seis estão em andamento e um será iniciado em 2017, conforme tabelas a seguir:

Tabela 25 – Projetos da Secretaria de Publicidade e Promoção – SPP

Projeto	Resultado 2016
<b>1. Melhores Práticas de patrocínio</b>	O projeto está na fase de diagnóstico das melhores práticas em ações de comunicação de patrocínio. Em 2017, haverá a definição de melhores práticas de patrocínio e disseminação para o Sicom.
<b>2. Ferramenta online de acesso aos dados de pesquisa da Secom</b>	Ferramenta online (Web) disponibilizada no site Secom ( <a href="http://www.secom.gov.br">www.secom.gov.br</a> ) com consulta aos dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016.
<b>3. Discurso na Publicidade do Governo Federal para o Sicom</b>	Projeto cancelado. Em 2017, será aprovado Plano Anual de Comunicação que conterá as diretrizes de Publicidade.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 26 – Projetos da Secretaria de Imprensa – SIMP

Projeto	Resultado 2016
<b>1. Reestruturação da Secretaria de Imprensa</b>	Nova estrutura organizacional da SIMP aprovada e publicada no Decreto nº 8.889 de 26.10.2016.
<b>2. Modelo de gestão de relacionamento com a Imprensa</b>	Implementadas melhorias: no funcionamento do Comitê de Imprensa do Palácio do Planalto; na preparação e acompanhamento de viagens presenciais; no envio de briefing diário com agenda do Presidente da República e agenda de governo; na ampliação dos atendimentos presenciais à imprensa, por telefone e/ou e-mail; na produção e acompanhamento dos programas "Por dentro do Governo", "Bom Dia, Ministro" e "Brasil em Pauta"; no boletim diário "Notícias do dia"; nas divulgações de <i>releases</i> e áudios; monitoramento de rádios e de mídia online.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 27 – Projetos da Assessoria de Articulação

Projeto	Resultado 2016
<b>1. Jogos Olímpicos e Paralímpicos – Rio 2016</b>	A estratégia de comunicação do Governo Federal relativa aos Jogos Olímpicos e Paralímpicos foi amplamente divulgada e executada na mídia nacional e internacional.
<b>2. Gestão do Relacionamento com o Sicom</b>	Realizada comunicação integrada entre a Secom/CC/PR e os órgãos do Poder Executivo federal, por meio do alinhamento de discurso e mensagens de governo, articulação de estratégias e ações de comunicação, interlocução permanente com assessorias de comunicação, mapeamento de oportunidades de comunicação e temas sensíveis ao governo e disponibilização de informações qualificadas sobre ações dos diversos ministérios/órgãos federais, bem como subsídios para tomada de decisão.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 28 – Projetos da Comunicação Digital

Projeto	Resultado 2016
<b>1. Novo Portal de Governo</b>	Em 2016, foram realizadas as fases de diagnóstico e planejamento da solução. Para 2017, as fases de implantação da solução e adesão dos órgãos do Poder Executivo federal ao Novo Portal de Governo estão previstas para serem realizadas.
<b>2. Comunidade Sicom virtual</b>	Projeto cancelado em função de priorização das ações descritas no Projeto Gestão do Relacionamento com o Sicom.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 29 – Projetos da Secretaria de Gestão e Controle

Projeto	Resultado 2016
<b>1. Instrumento padrão de contratação de serviços de comunicação</b>	Em 2016, o modelo padrão de contratação de publicidade foi finalizado. Para o ano de 2017, serão desenvolvidos outros modelos de contratação dos serviços de comunicação.
<b>2. Modelagem de Processos</b>	Em 2016, foram mapeados cinco processos: Administração de Contratos, Contratação, Financeiro e Orçamentário, Planejamento e Desenvolvimento de Campanhas e Mídia. Para 2017, estão previstos o mapeamento dos seguintes macroprocessos: Comunicação Digital e Relacionamento com a Imprensa.
<b>3. Mapeamento de Competências</b>	O projeto será iniciado em 2017, com o objetivo de desenvolver competências (conhecimentos, habilidades e atitudes) para os servidores da Secom/CC/PR e do Sicom.

Fonte: Secom/CC/PR

Em 2017, o conjunto de projetos, indicadores, metas e iniciativas atualizados continuarão a ser monitorados e avaliados com vistas à composição de um portfólio de balizadores que refletem, de maneira consistente, a realidade da Secretaria. A partir desse amadurecimento, será possível estabelecer série histórica sobre a qual poderão ser propostas metas em períodos subsequentes.

### 2.1.3 Apresentação de Indicadores de Desempenho

No total a Secom/CC/PR definiu 27 indicadores de desempenho orientados aos objetivos do Mapa Estratégico e que foram acompanhados ao longo do ano de 2016. São eles:

- Objetivo: Assegurar unicidade na comunicação do governo federal
  - Índice de unificação de estratégia e procedimentos – Patrocínio
  - Índice de unificação de estratégia e procedimentos – Mídia
  - Índice de ações com utilização de ferramentas – Publicidade
  - Índice de ações com estratégia unificada – Imprensa
- Objetivo : Divulgar informações de forma transparente
  - Número de informações veiculadas e publicadas
  - Conteúdos difundidos

- Índice de satisfação do atendimento à imprensa
- Objetivo: Ampliar a efetividade das ações de comunicação do governo federal
  - Repercussão das ações de comunicação
  - Número de visitas aos *sites* vinculados à Secom/CC/PR
  - Número de seguidores nas redes sociais vinculadas à Secom/CC/PR
  - Índice de aderência às diretrizes de patrocínio
  - Alcance e frequência de mídia
  - Ações publicitárias: pesquisa de Pré e Pós-teste
- Objetivo: Otimizar e sistematizar processos operacionais de gestão
  - Índice de mapeamento de processos
  - Índice de otimização de processos
  - Índice de atendimento de demandas no prazo
- Objetivo: Aprimorar o uso de soluções efetivas de comunicação com o cidadão
  - Índice de relacionamento institucional com o cidadão
  - Número de novas soluções implantadas
- Objetivo: Aperfeiçoar o relacionamento com os veículos de comunicação
  - Número de ações direcionadas à imprensa
- Objetivo Aperfeiçoar a articulação entre os órgãos do Sicom
  - Iniciativas com os órgãos do Sicom
  - Ações de integração do Sicom/Secretaria de Imprensa
- Objetivo: Desenvolver competências
  - Índice de capacitação de pessoas da Secretaria (por hora)
  - Índice de capacitação de pessoas da Secretaria (pessoas)
  - Número de pessoas capacitadas do Sicom
- Objetivo Desenvolver cultura de gestão e atuação integrada
  - Cultura de gestão
- Objetivo: Integrar sistemas de informação e de comunicação
  - Número de projetos de TI concluídos (sistemas da Secom/CC/PR)
- Objetivo: Otimizar a gestão de recursos orçamentários
  - Índice de execução orçamentária

#### 2.1.3.1 Resultados dos indicadores por objetivo do Mapa Estratégico

Em 2016, a Secom/CC/PR realizou, pela primeira vez, o monitoramento dos indicadores do Planejamento Estratégico 2015-2020.

Ao término do ano de 2016, do total de 27 indicadores, 23 indicadores (85%) foram integralmente coletados; três indicadores (11%) foram coletados com algum tipo de pendência e um indicador (4%) sem dados levantados.

A maioria dos indicadores não teve meta definida para o ano de 2016, pois não havia série histórica. Apenas nove indicadores tiveram metas, sendo que seis indicadores – “Alcance e frequência de mídia” (meta: 90% / resultado: 115%), “Índice de Capacitação de pessoas da Secretaria” (por hora – meta: 15% / resultado: 18,7%), “Conteúdos difundidos” (meta 146.309 minutos / resultado: 156.165 minutos) “Índice de Capacitação de pessoas da Secretaria (pessoas – meta: 30% - resultado: 71,36%)”, “Índice de atendimento de demanda no prazo” (meta: 100% - resultado 100%) e “Índice de mapeamento de processos” (meta: dois processos / resultado: cinco processos) – atingiram a meta.

Os três indicadores com metas não atingidas foram: “Número de pessoas capacitadas do Sicom”, que tinha a meta de 350 pessoas e chegou ao final do ano com 329 pessoas, atingindo 94%; “Índice de Satisfação de atendimento à imprensa” que tinha como meta a realização da pesquisa até o mês de dezembro, porém a pesquisa não foi realizada em 2016; e “Índice de otimização de processos” que tinha como meta a otimização de um processo, porém não foi otimizado nenhum processo, tendo em vista que os processos ainda estão sendo mapeados.

O indicador “Número de seguidores nas redes sociais vinculadas à Secom/CC/PR” apresentou crescimento de 41% de seguidores no mês de dezembro de 2016 comparado ao mesmo mês de 2015.

No indicador “Número de soluções implantadas” foram criadas cinco soluções no ano de 2016: Transmissões de eventos ao vivo no *site* Planalto ([www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br)); transmissões de eventos ao vivo no Facebook Palácio do Planalto; abertura de perfis no Facebook e Twitter para o “BrazilGovnews”; abertura de perfis no Facebook e Twitter para o programa “Crescer” e divulgação de campanhas publicitárias em um processo integrado com as agências *off-line* da Secom/CC/PR.

Em 2016, o indicador “Iniciativas com os órgãos do Sicom” apresentou a implantação de cinco soluções para o Sicom: Projetos temáticos em articulação com o Sicom; Diário de Governo; Radar de Imprensa; Agenda Semanal e Balanço Anual.

O indicador “Ações publicitárias – pesquisa de pré e pós-teste” obteve o resultado “Superado” com 86% dos quesitos avaliados como apropriados no pré-teste e 85,7% dos quesitos pós-teste. A pesquisa de pré-teste é realizada em campanha acima de 10 milhões de reais para verificar a eficácia e eficiência da proposta da solução criativa selecionada, bem como para a identificar necessidade de eventuais ajustes. A pesquisa de pós-teste é realizada em campanhas acima de 20 milhões de reais que avalia a eficiência e eficácia da ação de publicidade. Durante o ano de 2016, foram realizadas cinco pesquisas de pré-teste (março – “Prestação de contas”; abril – “Bandeiras Tarifárias”; maio – “Intolerância

Religiosa”; setembro – “Equilíbrio das Contas”; novembro – “Reforma da Previdência”) e 2 pesquisas de pós-teste (maio – “Prestação de Contas” e “Bandeiras Tarifárias”).

Outro destaque é para o indicador “Índice de Mapeamento de Processos” onde foram mapeados cinco processos em 2016: Administração de Contratos, Contratação, Financeiro e Orçamentário, Planejamento e Desenvolvimento de Campanhas e Mídia.

O indicador “Índice de relacionamento institucional com o cidadão” que avalia o prazo de retorno de respostas da Secretaria às solicitações da Lei de Acesso à Informação – LAI teve a média anual de 51 pontos, bem acima dos 33 pontos mínimos exigidos para o cumprimento do prazo legal.

O indicador “Índice de Execução Orçamentária” apresentou 93% do total de execução orçamentária no ano de 2016.

Para 2017, é importante a revisão de alguns indicadores e de suas fórmulas de cálculo, bem como revisão de metas que visem aperfeiçoar o resultado da gestão.

## **2.2 Planejamento de Comunicação**

A Secom/CC/PR tem como maior orientador de sua função institucional de realizar a comunicação social do Governo Federal a observância ao princípio da publicidade, conforme preceitua a Constituição Federal de 1988, a seguir:

*Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)*

...

*§ 1º – A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.*

Para cumprir suas competências institucionais previstas nos Decretos nº 8.889/2016, bem como alcançar os resultados previstos no Planejamento Estratégico 2015-2020 e no PPA 2016-2019, a Secom/CC/PR utiliza ferramentas de comunicação em seus processos finalísticos, tais como relacionamento com a imprensa, publicidade, comunicação digital, relações públicas internacionais, pesquisas de opinião pública, patrocínio, eventos e canais próprios de comunicação.

Conforme previsto no art. 1º do Decreto nº 6.555/2008, a Secom/CC/PR trabalha para dar amplo conhecimento à sociedade de políticas e programas do Poder Executivo federal, divulgando os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição, estimulando a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas e disseminando informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos

sociais.

As diretrizes táticas e operacionais que nortearam suas diversas frentes de atuação foram contextualizadas a partir da necessidade de permanente interação e diálogo com a sociedade e entre os órgãos do Sicom, respondendo à própria evolução das práticas de comunicação social e governamental.

Para o desenvolvimento das principais ações de comunicação foram estabelecidos como guia os seguintes objetivos de comunicação:

- Aumentar o grau de percepção e reconhecimento do cidadão em relação às iniciativas do Governo Federal.
- Buscar unicidade na comunicação do Governo Federal, evitando pulverização e fragmentação das mensagens divulgadas.
- Atuar com foco em grandes temas e com comunicações de ações transversais.
- Garantir a presença da marca Brasil na mídia de forma coordenada e permanente (regional, nacional e internacional).

Como temas prioritários para o ano de 2016, para a comunicação com os públicos com que se relaciona a Secom/CC/PR, foram eleitos os seguintes:

- Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016
- Bandeiras tarifárias
- Prestação de contas regional
- Combate ao mosquito Aedes Aegypt
- Equilíbrio das contas públicas
- Reforma da Previdência
- Direitos e cidadania

As seguintes ações foram consideradas prioritárias entre as atividades-fim no plano de ação anual da Secom/CC/PR:

- Publicidade: campanhas publicitárias institucionais de divulgação de temas e medidas prioritários para o Governo Federal; campanhas publicitárias de utilidade pública, com foco em cidadania, orientação à população e divulgação de direitos e benefícios do cidadão.
- Comunicação digital: divulgação de conteúdos, com linguagem e abordagem adequados à interação amigável do cidadão com as políticas públicas do Governo Federal no Portal Brasil ([brasil.gov.br](http://brasil.gov.br)), Portal Planalto ([planalto.gov.br](http://planalto.gov.br)), Site Secom ([www.secom.gov.br](http://www.secom.gov.br)) e perfis

institucionais em Redes Sociais; orientações para comunicação digital e consolidação da Identidade Padrão Digital - IDG dos órgãos da administração direta, autárquica e fundacional do Poder Executivo federal; e otimização da presença do Governo Federal na internet (publicidade) e nas Redes Sociais.

- Relações públicas no exterior: maior interação dos diversos ministérios com veículos da imprensa estrangeira e com formadores de opinião internacionais; reforço da promoção do País como ator global e apresentação das principais metas e políticas governamentais; ações de comunicação estratégicas para os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 e divulgação de políticas públicas brasileiras no exterior.
- Eventos institucionais: proposição da nova programação visual, padrão de aplicação de marcas, aprovação de peças gráficas/audiovisuais para eventos da agenda presidencial. Participação na concepção e organização de eventos estratégicos de governo. Concepção e organização das atividades da Semana da Pátria, em especial o Desfile Cívico de 7 de setembro. Proposição e organização de eventos, como a ação "Papai Noel sou Eu", com a presença do presidente da República e da Primeira Dama.
- Pesquisa de Opinião Pública: captação da percepção da população sobre políticas e serviços públicos, com o objetivo de contribuir para o planejamento das ações de articulação e de comunicação do Poder Executivo federal.
- Articulação: Promoção da comunicação integrada entre a Secom/CC/PR e os órgãos do Poder Executivo federal, por meio do alinhamento de discurso e mensagens de governo, articulação de estratégias e ações de comunicação, interlocução permanente com assessorias de comunicação, mapeamento de oportunidades de comunicação e temas sensíveis ao governo e disponibilização de informações qualificadas sobre ações dos diversos ministérios/órgãos federais, bem como subsídios para tomada de decisão.
- Relacionamento com Imprensa Nacional e Regional: Melhoria no funcionamento do Comitê de Imprensa do Palácio do Planalto; envio de *briefing* diário com agenda do Presidente da República, agenda de governo e destaques do Diário Oficial da União; utilização de aplicativo de telefonia móvel para relacionamento com jornalistas; ampliação dos atendimentos presenciais, por telefone e/ou e-mail; atendimento à imprensa; credenciamento de jornalistas; elaboração de planos de comunicação; preparação e acompanhamento de viagens presidenciais; produção e acompanhamento dos programas "Por dentro do Governo", "Bom Dia, Ministro" e "Brasil em Pauta"; boletim diário "Notícias do dia"; divulgações de *releases* e áudios; monitoramento de rádios e de mídia online.

- Canais de comunicação: Priorização dos veículos do Governo Federal para ações de comunicação estratégica; produção de conteúdos para o programa de rádio “Voz do Brasil” e para os programas multimídias “A Semana do Planalto” e “Por dentro do Governo”; programação TV NBR; coberturas ao vivo e gravadas de eventos da Presidência da República e ministérios em agendas prioritárias de Governo.
- Patrocínio: Incentivo permanente à prática de seleções de projetos de patrocínios, estímulo de ações socioambientais, consolidação dos conceitos técnicos de comunicação da IN 9/2014 Secom/CC/PR, alinhamento dos conteúdos e atualização de novas ferramentas para melhor usabilidade do processo de análise e controle via Sisac, para as ações de patrocínio.

## 2.3 Desempenho orçamentário

A partir de 2016, o orçamento sob gestão da Secom/CC/PR passou a compor o Programa 2038 – “Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública”. Sendo assim, todas as informações sobre restos a pagar de exercícios anteriores estão relacionadas ao programa 2101 – Gestão e Manutenção da Presidência da República.

### 2.3.1 Execução física e financeira das ações da Lei Orçamentária Anual de responsabilidade da unidade

São quatro as ações orçamentárias vinculadas à Secom:

Tabela 30 – Ações Orçamentárias

Ações	Títulos
<b>20CT</b>	Capacitação de agentes para o Sistema de Comunicação do Governo do Poder Executivo federal (Sicom)
<b>2017</b>	Comunicação Institucional
<b>2675</b>	Comunicação e Transmissão de Atos e Fatos do Governo Federal
<b>4641</b>	Publicidade de Utilidade Pública

Fonte: Secom/CC/PR

### 2.3.1.1 Ação 20CT

**Quadro A 2.3.1.1 – Ação 20CT**

Identificação da Ação												
<b>Responsabilidade da UPC na execução da ação</b>	( X ) Integral ( ) Parcial											
<b>Código</b>	20CT Tipo: Atividade											
<b>Título</b>	Capacitação de Agentes para o Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - Sicom											
<b>*Iniciativa</b>	Não se Aplica											
<b>Objetivo</b>	Fortalecer a comunicação social do Poder Executivo Federal com a sociedade Código: 1162											
<b>Programa</b>	Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública Código: 2038 Tipo: Temático											
<b>Unidade Orçamentária</b>	20101											
<b>Ação Prioritária</b>	( ) Sim ( X ) Não Caso positivo: ( ) PAC ( ) Brasil sem Miséria ( ) Outras											
Lei Orçamentária do exercício												
Execução Orçamentária e Financeira												
Dotação		Despesa			Restos a Pagar do exercício							
Inicial	Final	Empenhada	Liquidada	Paga	Processados	Não Processados						
800.000,00	640.000,00	501.381,85	501.381,85	501.381,85								
Execução Física												
Descrição da meta			Unidade de medida	Meta								
Agente capacitado				Prevista	Reprogramada	Realizada						
			Unidade	350		66						
Restos a Pagar Não processados - Exercícios Anteriores												
Execução Orçamentária e Financeira			Execução Física - Metas									
Valor em 1º janeiro	Valor Liquidado	Valor Cancelado	Descrição da Meta	Unidade de medida	Realizada							
6.911,64	6.911,64	0	-	-	-							

Fonte: Tesouro Gerencial

### Análise Situacional

Do total empenhado para a ação 20CT, R\$ 500.000,00 foram para atender ao Termo de Cooperação Técnica – Unesco. Firmou-se, ainda, com a Escola de Administração Fazendária – ESAF, para capacitação de agentes públicos, o Termo de Execução Descentralizada nº 3/2016, pelo qual houve execução no montante de 23.209,15, sendo R\$ 1.381,85 empenhados e pagos diretamente pela Secom/CC/PR e R\$ 21.827,30 pela ESAF. Ressalta-se, ainda, a redução de 20% no valor da dotação final da ação, em função de cancelamento ocorrido durante o exercício.

A capacitação, com utilização da verba disponível na ação orçamentária "20CT - Capacitação de Agentes do Sicom", realizada em 2016 abrangeu 66 servidores, referentes

a execução do curso “Gestão e Fiscalização de contratos”, realizado nos meses de agosto e setembro. Houve economia nos gastos nessa Ação, tendo em vista outros eventos de capacitação promovidos pela SECOM com o apoio de empresas e órgãos parceiros, sem custo para a Administração, como, por exemplo, os encontros “Vamos falar de Idéias”, abertos para todo o SICOM. Estima-se que aproximadamente 263 pessoas tenham participado desses eventos.

### 2.3.1.2 Ação 2017

Quadro A 2.3.1.2 – Ação 2017

Identificação da Ação												
Responsabilidade da UPC na execução da ação	( X ) Integral ( ) Parcial											
Código	2017 Tipo: Atividade											
Título	Comunicação Institucional											
*Iniciativa	Não se Aplica											
Objetivo	Fortalecer a comunicação social do Poder Executivo Federal com a sociedade Código: 1162											
Programa	Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública Código: 2038 Tipo: Temático											
Unidade Orçamentária	20101											
Ação Prioritária	( ) Sim ( X ) Não Caso positivo: ( ) PAC ( ) Brasil sem Miséria ( ) Outras											
Lei Orçamentária do exercício												
Execução Orçamentária e Financeira												
Dotação		Despesa			Restos a Pagar do exercício							
Inicial	Final	Empenhada	Liquidada	Paga	Processados	Não Processados						
161.983.497,00	355.548.949,00	217.464.832,05	159.407.012,54	159.407.012,54	-	58.057.819,51						
Execução Física												
Descrição da meta			Unidade de medida		Meta							
					Prevista	Reprogramada						
-			-		-	-						
Restos a Pagar Não processados - Exercícios Anteriores												
Execução Orçamentária e Financeira			Execução Física - Metas									
Valor em 1º janeiro	Valor Liquidado	Valor Cancelado	Descrição da Meta		Unidade de medida	Realizada						
69.800.854,16	54.685.965,02	106.560,95	-		-	-						

Fonte: Tesouro Gerencial

### Análise Situacional

Dentre as ações orçamentárias sob a gestão da Secom/CC/PR, a ação 2017 é a que possui maior dotação. Dos R\$ 217,4 milhões empenhados para esta ação, R\$ 167,4 milhões foram executados por meio dos contratos com as agências de propaganda licitadas, cujas principais campanhas publicitárias estarão descritas mais adiante. Outros

R\$ 50 milhões foram executados no âmbito dos demais contratos de comunicação, resumidos na tabela a seguir:

Tabela 31 – Outros contratos

Descrição	Valor Executado (R\$ - milhões)
Relações Públicas com o Exterior	11,9
Pesquisas de Opinião	5,4
Comunicação Digital	31,6
Outros	1,1
<b>Total</b>	<b>50,0</b>

Fonte: Secom/CC/PR

O restante do crédito empenhado para esta ação, R\$ 53,0 milhões, foi executado de forma descentralizada por diversos Ministérios de modo a apoiar ações de interesse do Sicom, que tem a Secom/CC/PR como órgão central da comunicação de governo. Dessa forma, foram formalizados Termos de Execução Descentralizada (TED) com o Ministério do Turismo, o Ministério do Esporte e a Embratur.

O aumento do valor na dotação final ocorreu em função da recomposição de saldo do PLOA 2016, da suplementação em 20% do valor da ação e da aprovação do Projeto de Lei nº 07/2016 (Lei Ordinária 13.374/2016). Destaca-se que o PLOA previu dotação no montante de R\$ 222,1 milhões para a ação em questão.

A ação contou, ainda, com suplementação de R\$ 85,0 milhões por crédito extraordinário concedido pela Medida Provisória 722/2016. No entanto, o crédito foi liminarmente bloqueado após julgamento da ADIM 5.513, pelo STF, suspendendo a vigência da referida MP.

Quanto ao montante inscrito em “Restos a Pagar”, o valor expressivo decorre da dinâmica do processo de liquidação das despesas, em função da extensão do cadastro de veículos e da necessidade de comprovação das veiculações para encaminhamento dos documentos para liquidação e pagamento dos serviços prestados.

Assim, como as despesas só são liquidadas depois de processo de comprovação da prestação de serviços, valores significativos foram registrados em restos a pagar. A natureza das despesas com publicidade e a peculiaridade de seus contratos, em que as agências contratam serviços complementares à criação e à compra de espaços e/ou tempos em veículos de comunicação e divulgação, por conta e ordem do anunciantes, no caso a União (Secom), somada à política de governo de regionalização da mídia, fazem com que o processo de pagamento dos serviços prestados se estenda por longo prazo.

Além disso, os pequenos veículos do interior do País (especialmente jornais e rádios) divulgam as mensagens que lhes são encaminhadas, mas por dificuldades de gestão demoram muito tempo para apresentar seus documentos de cobrança. Existem centenas de emissoras de rádio em que não mais de duas ou três pessoas se ocupam da venda de anúncios, da operação técnica, do faturamento e demais atividades administrativas. Não poucas vezes o faturamento é feito de modo incorreto, o que leva a agência de propaganda a devolver a documentação para os acertos pertinentes. Não raro, o

faturamento ainda chega incorreto à Secom/CC/PR para liquidação, provocando a devolução à agência, e desta ao veículo. Tudo isso demanda tempo para solucionar as pendências e permitir o efetivo pagamento.

Quanto à ausência de informações sobre a Execução Física, ao longo do exercício, após reuniões com a Secretaria de Orçamento Federal (SOF/MP) sobre o PLOA 2017, aquela Secretaria concluiu, por meio da Nota Técnica nº 13998/2016-MP, que tanto a ação 2017 – Comunicação Institucional, quanto a ação 4641 – Publicidade de Utilidade Pública, devem permanecer da forma como foram criadas, ou seja, sem produtos e, consequentemente, sem metas físicas.

#### 2.3.1.2.1 Publicidade Institucional

No exercício de 2016 foram realizadas 37 (trinta e sete) ações de Publicidade Institucional, com objetivo de dar visibilidade aos atos e decisões do Governo Federal, prestar contas à sociedade e divulgar temas de interesse social em observância ao princípio da publicidade de atos públicos. Dentre as ações de publicidade institucional, destacam-se:

**Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016:** a partir do conceito “Somos todos Brasil”, o Governo Federal realizou ampla ação de comunicação publicitária com abrangência nacional, no intuito de demonstrar os ganhos para o País como um todo, e não apenas para as cidades que receberam competições, que a realização dos Jogos proporcionou um esforço de “nacionalização” do evento, promovendo a autoestima e o sentimento de pertencimento e união de brasileiros de todas as regiões do País.

**Casa Brasil nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016:** a Casa Brasil foi concebida como espaço oficial do Governo Federal para divulgação institucional do Brasil, no qual o visitante teve a oportunidade de conhecer diferentes manifestações da cultura brasileira e outros atributos que caracterizam o País como único e plural, durante todo o período de realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. A ação publicitária deu visibilidade à iniciativa e potencializou sua divulgação, resultando recordes de público visitante nacional e estrangeiro às suas instalações, nas quais foi desenvolvida programação que incluiu diversos eventos culturais e de negócios, com participação de órgãos e empresas públicas.

**Legado dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016:** ação publicitária com o objetivo de apresentar à sociedade brasileira, e também ao público estrangeiro, os principais benefícios e legados decorrentes dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos no Brasil. Em âmbito nacional, a ênfase da comunicação foi o legado intangível dos Jogos e a capacidade de realização do povo brasileiro que, a despeito das dificuldades, foi competente ao organizar um evento que impressionou o mundo.

Para o público externo, a ênfase da mensagem foi a celebração da paz, respeito e união promovida pelo evento, e também de agradecimento pela presença no País durante

os Jogos. Além disso, a ação de comunicação no exterior reforçou o convite ao estrangeiro para voltar ou vir conhecer o Brasil em uma próxima oportunidade.

**Bandeiras Tarifárias:** ação realizada com objetivo de informar sobre a adoção da bandeira tarifária verde nas contas de energia elétrica, valorizar o engajamento da população na adoção de hábitos de consumo consciente de energia e divulgar fatores que contribuíram para a bandeira verde, tais como: ampliação de usinas geradoras de energia e condições climáticas favoráveis.

**Prestação de Contas e Ações de Oportunidade:** campanha em âmbito nacional com objetivo de dar visibilidade às ações governamentais que contribuem para a geração de oportunidades, promovendo mais qualidade de vida aos brasileiros. A ação também oportunizou a divulgação de informações da agenda de governo, imprimindo transparência aos atos públicos e decisões tomadas e os benefícios diretos e indiretos para a população.

**Reforma da Previdência:** ação de comunicação com o propósito de informar e esclarecer à população sobre a necessidade de reformas na Previdência Social em virtude do esgotamento do modelo, que tende a se agravar com o envelhecimento da população. A campanha publicitária evidenciou que a reforma visa garantir a sustentabilidade e manutenção dos benefícios para os atuais e futuros segurados.

**Campanha Equilíbrio das Contas Públicas:** ação de comunicação com objetivo de informar e esclarecer a população sobre a adoção do teto do gasto público (limite de gasto do governo), com vistas a equilibrar as contas públicas. A iniciativa de estabelecer um teto para gastos partiu do diagnóstico de déficit crescente gerado pelo desequilíbrio entre o que o governo arrecada e o que gasta, o que impede o investimento. A campanha buscou deixar claro que a lógica das medidas dos ajustes propostos para a gestão das contas públicas se assemelham a medidas que o cidadão adota no seu dia a dia, quando sua economia doméstica está comprometida.

**Rodovida e Enfrentamento à violência no trânsito:** com o conceito “Gente boa também mata”, foi desenvolvida campanha publicitária de conscientização para redução de acidentes de trânsito, no bojo da operação “Rodovida” promovida pela Polícia Rodoviária Federal. A ação de comunicação aborda comportamentos /condutas perigosas dos motoristas que causam o maior número de acidentes de trânsito: embriaguez ao volante, excesso de velocidade, ultrapassagens irregulares, uso de aparelho celular e não uso de dispositivos de segurança.

**Combate à Dengue, Zika e Chikungunya:** a campanha propôs mobilização nacional, visando envolver a população brasileira para adoção de medidas simples para eliminar possíveis criadouros domésticos do mosquito Aedes Aegypti que provoca Dengue, Zika e Chikungunya.

### 2.3.1.2.2 Eventos Institucionais

A atuação em eventos institucionais tem contribuído para garantir a visibilidade das ações, projetos e programas do Governo, bem como possibilitado a proposição de temas e eventos que possam potencializar a geração de mídia espontânea para assuntos de interesse da sociedade.

Durante o exercício de 2016, um total de 111 eventos contaram com a interveniência e gestão da Secom/CC/PR, sendo 64 deles realizados no Palácio do Planalto ou no Palácio da Alvorada. A relação de todos os eventos está descrita na tabela a seguir.

Além dos eventos presidenciais, merece destaque a atuação na Casa Brasil, com participação em reuniões preparatórias, bem como o planejamento, organização e execução do evento de abertura do espaço, com a presença de representantes dos governos federal, estadual e municipal e outras autoridades.

Diante da extensa agenda de eventos realizados na Casa Brasil, promovidos por diversos órgãos governamentais (Ministérios do Esporte, da Cultura, da Justiça, Caixa, Banco do Brasil, Embratur etc.) coube ainda à Secretaria o controle e o acompanhamento da programação, garantindo sua adequada realização.

Teve destaque a concepção, aprovação e produção de peças de comunicação, além da formatação e organização dos eventos de recepção das “Tochas Olímpica e Paralímpica” no País.

Em 2016, a contratação, via pregão eletrônico, de serviços de logística e infraestrutura para as atividades do Desfile Cívico-Militar de 7 de Setembro contou com novidades nas ações de comunicação, como instalação de letreiro 3D “Eu amo Brasil” na Esplanada, projeção mapeada em cinco empenas dos ministérios e ações de viralização em redes sociais, como criação de *hashtags* e moldura para fotos.

Tabela 32 – Eventos

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
03/jan	PR / Externo	Cerimônia de entrega de 2048 Unidades Habitacionais em Ituiutaba/SP. Links para Itu/SP, Jundiaí/SP, Caucaia/CE, Salvador/BA, Luís Eduardo Magalhães/BA, Camaçari/BA e Timon/MA	Caixa / Ministério das Cidades	Indaiatuba / SP	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
07/jan	PR / Palácio	Café da manhã com jornalistas-setoristas do Palácio do Planalto	Secom/CC/PR	Brasília / DF	Acompanhamento no local / formatação.
11/jan	PR / Palácio	Cerimônia de sanção do marco legal da ciência, tecnologia e inovação e lançamento da chamada universal.	Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / criação, aprovação e produção / montagem e desmontagem.

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
14/jan	PR / Palácio	Café da manhã com jornalistas-setoristas do Palácio do Planalto	Secom/CC/PR	Brasília / DF	Acompanhamento no local / Formatação /
21/jan	PR / Externo	Cerimônia de abertura ao tráfego da pista leste da Avenida Celso Furtado - Via Mangue.	Prefeitura do Recife	Recife / PE	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
13/fev	PR / Externo	Dia Nacional de Mobilização Zika Zero	Prefeitura do Rio de Janeiro / RJ	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
19/fev	PR / Externo	Entrega Simultânea de 5.409 UH do programa MCMV em Petrolina/PE, Belo Horizonte/MG, Franca/SP, São Jose dos Campos/SP.	Caixa / Ministério das Cidades	Petrolina / PE	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
19/fev	PR / Externo	Dia Nacional de Mobilização Zika Zero nas Escolas. Visita a Fábrica do Moscamed.	Governo da Bahia	Juazeiro / BA	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
22/fev	PR / Externo	Cerimônia de assinatura do termo de cooperação entre o Min. da Saúde e o Instituto Butantan para o desenvolvimento da Vacina da dengue.	Ministério Saúde / Governo de São Paulo	São Paulo / SP	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
07/mar	PR / Externo	Entrega simultânea de 320 unidades habitacionais do Minha Casa Minha Vida.	Caixa / Ministério das Cidades	Caxias do Sul / RS	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
09/mar	PR / Palácio	Nova Etapa do Pronatec - 2 milhões de novas vagas.	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
10/mar	PR / Externo	Reunião na Fiocruz e visita ao laboratório da Fiocruz.	Ministério da Saúde / Fiocruz	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento no local/ aprovação / montagem.
16/mar	PR / Palácio	Cerimônia de Sanção do Código do Processo Civil	Ministério da Justiça	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
18/mar	PR / Externo	Entrega Simultânea de 5.424 UH do Programa MCMV	Caixa / Ministério das Cidades	Feira de Santana / BA	Acompanhamento no local / aprovação/ montagem e desmontagem.
23/mar	PR / Palácio	Evento Zika	Ministério da Saúde	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
24/mar	PR / Externo	Inauguração da reforma e ampliação do Terminal de Passageiros do Aeroporto Internacional Afonso Pena (Evento Cancelado)	Infraero	Curitiba / PR	Acompanhamento e preparação do evento.

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
30/mar	PR / Palácio	Cerimônia de Lançamento MCMV3	Caixa / Ministério das Cidades	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
31/mar	PR / Palácio	Encontro com Artistas e Intelectuais em Defesa da Democracia	Ministério da Cultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem / desmontagem.
05/abr	PR / Palácio	Cerimônia de Lançamento do Programa “Hora do ENEM”	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem / teste / Power Point.
05/abr	PR / Externo	Teste da Aeronave KC 390 da Embraer.	Ministério da Defesa	Brasília / DF	Acompanhamento no local
06/abr	PR / Externo	Visita terminal de passageiro do Porto de Salvador.	Governo da Bahia / Marinha do Brasil	Salvador / BA	Acompanhamento no local / montagem / desmontagem.
07/abr	PR / Palácio	Cerimônia “Ato Mulheres em Defesa da Democracia”	Ministério das Mulheres	Brasília / DF	Acompanhamento no local / teste / vídeo.
08/abr	PR / Externo	Entrega Simultânea de 4.452 UH do programa MCMV em Santa Cruz/RJ, Balsas/MA, Canaã dos Carajás/PA, Tailândia/PA, Jaciara/MT e Belo Horizonte/MG	Caixa / Ministério das Cidades	Santa Cruz / RJ	Acompanhamento no local / aprovação e montagem
08/abr	PR / Externo	Inauguração do Estádio Aquático	Ministério do Esporte	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento no local / aprovação e material.
08/abr	PR / Externo	Entregas de Ambulância para uso nas Olimpíadas	Ministério da Saúde / Prefeitura do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento no local / aprovação e material.
12/abr	PR / Palácio	Encontro com a Educação	Ministério da Educação / Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem / desmontagem.
26/abr	PR / Externo	Entrega Simultânea de 5.293 UH do programa MCMV em Salvador/BA, São Carlos/SP, Pirassununga/SP, Caucaia/CE e Santa Maria/RS	Caixa / Ministério das Cidades	Salvador / BA	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
27/abr	PR / Externo	4ª Conferência Nacional de Direitos Humanos. No Centro de Convenções Internacionais do Brasil.	Secretaria de Direitos Humanos	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
28/abr	PR / Palácio	Cerimônia de Anúncio da Prorrogação da Permanência de Médicos Estrangeiros no Programa Mais Médicos.	Ministério da Saúde	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
<b>03/mai</b>	PR / Palácio	Cerimônia de Acendimento da Tocha Olímpica Rio 2016 e início do revezamento pelo Brasil	Secom/CC/PR/ Ministério do Esporte / COB	-	Coordenação / aprovação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
<b>03/mai</b>	PR / Palácio	Plano Safra da Agricultura Familiar 2016/2017	Secom/CC/PR/ Ministério do Desenvolvimento Agrário	Brasília / DF	Coordenação / aprovação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
<b>04/mai</b>	PR / Palácio	Plano Agrícola 2016 / 2017	Secom/CC/PR/ Ministério da Agricultura	Brasília / DF	Aprovação / acompanhamento no local /montagem e desmontagem.
<b>04/mai</b>	PR / Palácio	Diálogos Governo e Sociedade Civil 7ª Edição	Secom/CC/PR/ Secretaria de Governo / Ministério do Desenvolvimento Social	Brasília / DF	Aprovação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
<b>05/mai</b>	PR / Externo	Cerimônia de Inauguração da Usina de Belo Monte	Norte Energia	Vitória do Xingú / PA	Acompanhamento no local / aprovação / montagem.
<b>06/mai</b>	PR / Externo	Visita ao Eixo Norte do projeto de Integração do São Francisco – PISF em dois pontos.	Ministério da Integração	Cabrobó / PE	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
<b>07/mai</b>	PR / Externo	Inauguração da Embrapa Pesca e Aquicultura.	Ministério da Agricultura / Embrapa	Palmas / TO	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
<b>09/mai</b>	PR / Externo	Inauguração do Novo Terminal de Passageiros do Aeroporto de Goiânia.	Infraero	Goiânia / GO	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
<b>09/mai</b>	PR / Externo	Educação, Avanços e Conquistas.	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
<b>10/mai</b>	PR / Externo	4ª Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres.	Secretaria de Políticas para as Mulheres	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
<b>20/mai</b>	PR / Palácio	Cerimônia de sanção do novo marco legal da biodiversidade que regulamenta o acesso ao patrimônio genético e ao conhecimento tradicional associado.	Ministério da Saúde	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
<b>24/mai</b>	PR / Palácio	Solenidade de Posse do Ministro da Cultura, Marcelo Calero.	Ministério da Cultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
<b>28/mai</b>	PR / Palácio	Cerimônia de assinatura da mensagem que encaminha o Projeto de Lei que Institui o Registro Civil Nacional.	Ministério da Justiça	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
01/jun	PR / Palácio	Cerimônia de Posse de Maria Silvia Bastos Marques, no cargo de Presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e dos senhores Paulo Rogério Caffarelli, no cargo de Presidente do Banco do Brasil, Gilberto Occhi, no cargo de Presidente da Caixa Econômica Federal, Pedro Parente, no cargo de Presidente da Petrobras e Ernesto Lozardo, no cargo de Presidente do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).	BNDES / Banco do Brasil / Caixa / Petrobras / IPEA	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
02/jun	PR / Palácio	Cerimônia de Posse do senhor Torquato Jardim no cargo de Ministro da Transparência, Fiscalização e Controle.	Ministério da Transparência, Fiscalização e Controle	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
08/jun	PR / Externo	Parada após o Pôr do Sol.	Marinha do Brasil	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
16/jun	PR / Palácio	Assinatura Edital FIES	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
22/jun	PR / Palácio	Posse Presidente IBGE, senhor Paulo Rabello de Castro.	IBGE	Brasília / DF	
28/jun	PR/Externo	Inauguração da Fábrica de Celulose	Klabin	Ortigueira / PR	
29/jun	PR / Palácio	Cerimônia de Anúncio de Aumento do Bolsa Família e Liberação de Recursos para a Educação	-	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
30/jun	PR / Palácio	Encontro com representantes da Confederação dos Associados Comerciais e Empresários do Brasil (CACB)	CACB	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
04/jul	PR / Externo	Abertura Oficial do GAF - Global Agribusiness Fórum 2016	Datagro	São Paulo / SP	Aprovação de peças.
08/jul	PR / Externo	Reunião do Comitê de líderes da MEI - Mobilização pela Inovação.	CNI	Brasília / DF	Acompanhamento no local / reconhecimento / aprovação de peças / montagem de banner para quebra-queixo.
13/jun	PR / Palácio	Cerimônia de Apresentação dos Atletas Olímpicos	Casa Civil / Ministério do Esporte / COB	Brasília / DF	Coordenação / Acompanhamento no local e montagem.

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
14/jul	PR / Palácio	Cerimônia de Anúncio da Nova Forma do Programa Minha Casa Minha Vida	Caixa / Ministério das Cidades	Brasília / DF	Acompanhamento no local e montagem.
20/jul	PR / Externo	Posse do Defensor Público Geral, senhor Carlos Eduardo Barbosa Paz.	Ministério da Justiça	Brasília / DF	Acompanhamento no local e montagem.
30/jul	PR / Externo	Inauguração da Linha 4 do Metrô.	Prefeitura do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento no local / reconhecimento / Aprovação de peças / montagem / aprovação de apresentações e vídeos / apoio à Imprensa Regional.
julho/ agosto	-	Estrutura para Plantão de Imprensa (tenda e banheiros químicos), nos finais de semana.	Secom/CC/PR	Brasília / DF	Contratação e acompanhamento de instalação e montagem.
01/ago	PR / Palácio	Cerimônia de Anúncio de Abertura de Mercado para Carne Bovina Brasileira	Ministério das Relações Exteriores / Ministério da Agricultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
03/ago	PR / Palácio	Solenidade de apresentação de Oficiais Generais Promovidos. Primeira Dama participou.	Ministério da Defesa	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
04/ago	Externo	Abertura Casa Brasil. Sem a presença do PR. Ministro Padilha foi cicerone.	Casa Civil / Secom/CC/PR / Apex-Brasil	Rio de Janeiro/RJ	Coordenação / Formatação do Evento / Lista de convidados / Envio de convites / Controle de Acesso / Execução do evento.
09/ago	PR / Palácio	Revitalização da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco	Ministério da Integração	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
11/ago	PR / Palácio	Encontro com Representantes do CBIC	CBIC	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
12/ago	PR / Palácio	Cerimônia de visita de trabalho do Presidente da República da Armênia	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
18/ago	PR / Palácio	Audiência com os Presidentes dos Tribunais de Contas do Brasil	Tribunal de Contas da União	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
24/ago	PR / Palácio	Cerimônia de lançamento do Plano Agro+ - Medidas de desburocratização para impulsionar o Agronegócio Brasileiro	Ministério da Agricultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação apresentação / montagem e desmontagem.

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
25/ago	PR / Palácio	Cerimônia de recepção da Tocha Paralímpica	Casa Civil / Comitê Paralímpico	Brasília / DF	Coordenação / produção de peças / pedido de equipamentos (telão led) / montagem e desmontagem / acompanhamento no local.
29/ago	PR / Palácio	Recepção dos Atletas Olímpicos	Casa Civil / Ministério do Esporte / COB	Brasília / DF	Coordenação / montagem e desmontagem / acompanhamento no local.
07/set	PR / Externo	Desfile Cívico 7 de Setembro	Secom/CC/PR/ Ministério da Defesa / Governo do Distrito Federal	Brasília / DF	Coordenação / Contratação empresa / Aprovação e produção de peças / Execução do evento / montagem e desmontagem.
12/set	PR / Palácio	Retificação Acordo Paris sobre Mudança de Clima	Ministério do Meio Ambiente	Brasília / DF	Acompanhamento concepção / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
12/set	PR / Externo	Posse da Ministra Carmem Lúcia como Presidente.	Supremo Tribunal Federal	Brasília / DF	Reconhecimento
13/set	PR / Palácio	Reunião do Conselho do Programa de Parceiros e de Investimentos - PPI e Lançamento do Programa Crescer.	Programa de Parceria de Investimentos	Brasília / DF	Acompanhamento da concepção / Aprovação de peças / Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
14/set	PR / Palácio	Cerimônia de Anúncio de Novas Ações de Gestão para Melhoria da Saúde pública.	Ministério da Saúde	Brasília / DF	Montagem / acompanhamento no local / teste da apresentação.
14/set	PR / Palácio	Cerimônia de Posse da Nova Advogada-Geral da União, Senhora Grace Maria Fernandes Mendonça.	Advocacia Geral da União	Brasília / DF	Montagem / acompanhamento no local.
20/set	PR Exercício / Externo	Ato de Assinatura de Parceria da CEF com os Clubes Cariocas - Botafogo e Fluminense.	Caixa	Brasília / DF	Reconhecimento
20/set	Secom/CC/PR	Audiência Pública - Edital de Concorrência.	Secom/CC/PR	Brasília / DF	Organização do auditório / Coordenação de equipamentos de audiovisual / Receptivo de convidados / Lista de presença.
22/set	PR / Palácio	Novo Ensino Médio.	Ministério da Educação	Brasília / DF	Coordenação formato / aprovação peças / aprovação apresentação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
23/set	Secom/CC/PR	Comunicação Integrada Digital	SECOM / SINP	Brasília / DF	Organização do auditório / Solicitação de equipamentos e gravação / Receptivo de convidados / Conf. e

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
					assinatura de lista de presença.
05/out	PR / Palácio	Lançamento do Programa Criança Feliz	Ministério do Desenvolvimento Social	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
05/out	PR / Palácio	Posse Ministro do Turismo	Ministério do Turismo	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
05/out	PR / Palácio	Cerimônia de Comemoração ao Dia Nacional da Pequena e Micro Empresa	Secretaria da Micro e Pequena Empresa	Brasília / DF	Coordenação formato / aprovação apresentação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
19/out	PR Exercício / Externo	Cerimônia de Inauguração do Centro de Transparência	Microsoft	Brasília / DF	Aprovação de vídeos / Reconhecimento / Acompanhamento no local.
24/out	PR / Externo	Sessão de Abertura da Rio Oil & Gás	Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP)	Rio de Janeiro / RJ	Aprovação de peças / Acompanhamento remoto.
27/out	PR / Palácio	Cerimônia de Lançamento do Mutirão da Renegociação e Sanção de Leis referentes ao Supersimples e ao Salão Parceiro	Sebrae	Brasília / DF	Coordenação formato / aprovação peças / aprovação apresentação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
31/out	PR / Externo	Encontros Bilaterais à Margem da Conferência da CPLP	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Coordenação formato / aprovação peças / aprovação apresentação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
01/nov	PR / Externo	Cúpula Países de Língua Portuguesa - CPLP	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Coordenação formato / aprovação peças / aprovação apresentação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
07/nov	PR / Palácio	Migração Rádios AM para FM	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações	Brasília / DF	Aprovação peças / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
07/nov	PR / Palácio	Ordem do Mérito Cultural	Ministério da Cultura	Brasília / DF	Coordenação formato / aprovação peças / aprovação apresentação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
08/nov	PR / Externo	Seminário Valor Econômico	Jornal Valor Econômico / CNI	Brasília / DF	Aprovação de peças / acompanhamento no local.
09/nov	PR / Palácio	Lançamento Cartão Reforma	Ministério das Cidades	Brasília / DF	Coordenação formato / aprovação peças / aprovação apresentação / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
16/nov	PR / Alvorada	Jantar com Senadores	Gabinete da Presidência	Brasília / DF	Acompanhamento no local / Solicitação e montagem equipamentos / Apresentações.
21/nov	PR / Palácio	45ª Reunião Plenária Ordinária do CDES	SEDES	Brasília / DF	Coordenação formato / proposição de novo formato / formatação de plantas / aprovação e produção peças / contratação telas led e retorno, aluguel de toalhas / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
24/nov	PR / Palácio	Lançamento Construcard	Caixa	Brasília / DF	Coordenação formato / aprovação peças / acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
29/nov	PR / Externo	Prêmio Mérito Brasil de Governança e Gestão Públicas	Tribunal de Contas da União	Brasília / DF	Aprovação peças / acompanhamento no local.
29/nov	PR / Palácio	Sanção Pré-Sal	Ministério de Minas e Energia / Petrobras	Brasília / DF	Solicitação equipamentos / acompanhamento no local.
02/dez	PR / Externo	Dia D Zika, Dengue e Chikungunya	Ministério da Saúde	Brasília / DF	Acompanhamento reuniões SAAM (Casa Civil)
06/dez	PR / Palácio	Reuniões com Presidentes das Confederações das Indústrias - apoio à Reforma da Previdência	CNI	Brasília / DF	Solicitação equipamentos / acompanhamento no local.
06/dez	PR / Palácio	Cerimônia de Assinatura de Contrato de Estruturação Financeira da Santa Casa de São Paulo	Caixa / Ministério das Cidades	Brasília / DF	Solicitação equipamentos / acompanhamento no local.
07/dez	Secom/CC/PR	Lançamento da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 (PBM).	Secom/CC/PR – Departamento de Pesquisa	Brasília / DF	Concepção evento / Envio de convites / Aprovação e produção de peças / Confirmação de presenças / Organização do auditório / Solicitação de equipamentos e gravação / Contratação de catering / Receptivo de convidados / Conferência e assinatura de lista de presença / Acompanhamento no local / Montagem e desmontagem.
12/dez	PR / Externo	Prêmio Líderes do Brasil	LIDE	Brasília / DF	Acompanhamento remoto. Recomendação de adequação de logo no painel de fundo.

Data	Tipo	Nome	Área demandante	Cidade / UF	Ação
13/dez	PR / Palácio	Lançamento Refrota 17	Caixa / Ministério das Cidades	Brasília / DF	Solicitação equipamentos / acompanhamento no local.
14/dez	Secom/CC/PR	Confraternização de Final de Ano da Secom	Secom/CC/PR	Brasília / DF	Organização do evento: fechamento de valores com o restaurante, arrecadação das contribuições, envio de convite, controle de lista, recepção, acompanhamento no local.
16/dez	PR / Palácio	1º Papai Noel Sou Eu - Papai Noel dos Correios	Secom/CC/PR	Brasília / DF	Proposição do evento / Tratativas com Correios / Aprovação e produção de peças / Envio de avisos e convites / Elaboração de roteiro / Organização geral / Montagem e desmontagem.
16/dez	PR / Externo	Lançamento Operação Rodovida	Ministério da Justiça	Brasília / DF	Acompanhamento das reuniões / Auxílio da formatação do evento / Aprovação de peças e vídeos.
20/dez	PR / Palácio	Escolas em Tempo Integral e Mediotecc	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento de reuniões e tratativas / Aprovação de peças e apresentação / Acompanhamento no local / Montagem e desmontagem.
21/dez	PR / Externo	Lançamento Minha Casa Minha Vida - Mogi	Caixa / Ministério das Cidades	Mogi das Cruzes / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
22/dez	PR / Alvorada	Café da Manhã com Jornalistas-setoristas do Palácio do Planalto - Anúncio reformas	Secom/CC/PR	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
22/dez	PR / Palácio	Assinatura de MP com Medidas do Programa de Manutenção e Geração de Empregos	Ministério do Trabalho	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
27/dez	PR / Externo	Cerimônia de anúncio de investimentos em ações para redução dos efeitos da seca e acesso à agua (cisternas)	Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário / Ministério da Integração Nacional	Maceió / AL	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.

Fonte: Secom/CC/PR

### 2.3.1.3.3 Comunicação Digital

Em 2016, foram continuados os canais de comunicação digital Portal Planalto ([www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br)), site Secom ([www.secom.gov.br](http://www.secom.gov.br)) e Portal Brasil

([www.brasil.gov.br](http://www.brasil.gov.br)), além de ter sido aperfeiçoado o Portal para divulgação de conteúdos de promoção do Brasil no exterior ([www.brazilgovnews.gov.br](http://www.brazilgovnews.gov.br)).

Todos esses ambientes seguem a estrutura do portal institucional padrão, elemento que compõe a Identidade Padrão de Comunicação Digital – IDG do Poder Executivo federal. Os manuais orientadores para a identidade padrão estão disponíveis em ([www.secom.gov.br/atuacao/comunicacao-digital](http://www.secom.gov.br/atuacao/comunicacao-digital)).

O Portal Planalto noticia, divulga e detalha, em formato multimídia interativo, informações qualificadas sobre políticas públicas, fatos e medidas relevantes do Governo Federal e atividades diárias da agenda presidencial.

O Portal Brasil é um agregador de conteúdos dos ministérios e demais órgãos do Poder Executivo federal, informações de interesse público com a publicação de notícias diárias e disponibilização de serviços para o cidadão. Com o objetivo de ampliar o entendimento e assimilação, apresenta conteúdos em formato multimídia, com textos, vídeos, infográficos, áudios, animação e recursos de acessibilidade.

O *site* Secom fortalece o papel de coordenação da Secretaria. Nele são encontradas informações sobre campanhas publicitárias, legislações, licitações, orientações relacionadas à comunicação social, dados institucionais, modelos e documentos de referência para contratação de serviços de comunicação, dados de pesquisa de opinião pública e demais procedimentos para subsidiar a atuação dos órgãos do Sicom.

O Portal BrazilGovNews é um ambiente voltado à promoção do Brasil para o público estrangeiro, principalmente investidores institucionais, formadores de opinião, imprensa e turistas. Traz notícias, serviços e informações qualificadas sobre áreas de atuação, cuja divulgação é estratégica para o governo brasileiro. O portal foi disponibilizado a partir de agosto de 2016.

As ações de implantação da identidade padrão de comunicação digital (IDG) nas propriedades digitais dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal prosseguiram, sob orientação da Secom/CC/PR, tendo como principais instrumentos a Instrução Normativa Secom/PR nº 8 de 19 de dezembro de 2014, assim como os manuais que orientam para adequação à IDG.

Foram realizadas ações com vistas a potencializar a comunicação governamental nos canais digitais, incluindo projetos especiais para mídias sociais; aprimoramento do conteúdo, com informações de interesse público e linguagem adequada ao público-alvo e ao meio digital, e modelagem de arquitetura da informação dos portais geridos pela Secom/CC/PR.

Foram realizados três eventos com órgãos do Sicom sobre comunicação nas redes sociais, com participação dos principais *players* do mercado nesse segmento (*facebook* e *twitter*), além do evento específico sobre monitoramento de redes sociais.

Foram criadas as seguintes páginas especiais no Portal Brasil:

- **Transplantes:** página criada para abordar o tema transplantes no Brasil. Nessa página, foram publicados vários conteúdos informativos e orientativos, bem como uma webserie com os principais atores do processo de transplantes, incluindo o apoio da Força Aérea Brasileira – FAB no transporte de órgãos, viabilizado pelo Decreto nº 8.783, de 6 junho de 2016 do Governo Federal;
- **50 anos do FGTS:** página receptiva da campanha publicitária institucional dos 50 anos do FGTS;
- **Crise Hídrica:** página receptiva de campanha publicitária sobre a Crise no Nordeste brasileiro, que abordou as ações imediatas e de curto prazo adotadas pelo Governo Federal para viabilizar o fornecimento da água para consumo pela população;
- **Queimadas:** página receptiva de campanha publicitária sobre queimadas, que abordou adoção de comportamentos para evitar queimadas em época de seca, bem como o estímulo à denúncia dessa prática prejudicial ao meio ambiente e à população;
- **120 dias de Governo:** página receptiva de campanha publicitária “120 dias de coragem para fazer as mudanças que o Brasil precisa”, que abordou as principais medidas do governo em prol do equilíbrio das contas públicas e retomada do crescimento;
- **Olimpíadas:** criação de página especial durante o período dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos com os principais destaques dos Jogos e informações sobre políticas públicas destinadas ao desporto e paradesporto brasileiro; e
- **Bem mais Simples:** página criada para divulgação do imposto bem mais simples.

Foram desenvolvidos:

- **Minha Casa Minha Vida – MCMV:** criação de *site* para o programa ([www.minhacasaminhavida.gov.br](http://www.minhacasaminhavida.gov.br));
- **Programa de Parcerias de Investimentos – PPI:** criação, desenvolvimento e lançamento do *site* do Projeto Crescer ([www.projetocrescer.gov.br](http://www.projetocrescer.gov.br));
- **PEC 241:** Criação e desenvolvimento de *site* para a campanha “Equilíbrio de Contas Públicas”. ([www.equilibriodecontas.gov.br](http://www.equilibriodecontas.gov.br));
- **Reforma da Previdência:** criação e desenvolvimento de *site* para a campanha “Reforma da Previdência” ([www.reformadaprevidencia.gov.br](http://www.reformadaprevidencia.gov.br));
- **Portal Único de Governo:** planejamento do novo Portal de Governo que

- tem por objetivo centralizar as notícias, informações institucionais e de utilidade pública e serviços disponibilizados pelo Governo Federal;
- **Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social – CDES:** criação e desenvolvimento de *hotsite* para CDES ([www.cdes.gov.br](http://www.cdes.gov.br)); e
- **BrazilGovNews:** desenvolvimento de *site* de divulgação institucional do Brasil para público estrangeiro ([www.brazilgovnews.gov.br](http://www.brazilgovnews.gov.br)).

Foram realizadas ainda ações de coberturas ao vivo da agenda presidencial em eventos e reuniões nacionais e internacionais, com sua divulgação nos canais digitais da Secom/CC/PR.

Números/dados:

- **Portal Planalto:** em 2016, o Portal ultrapassou cinco milhões de visitas e mais de 10 milhões de páginas visitadas. Nas redes sociais, a *fanpage*, no Facebook, encerrou o ano superando 600 mil de seguidores; Twitter mais de 640 mil seguidores. No Youtube somaram-se mais de 31 mil inscritos e mais de 13 milhões de visualizações. No Instagram, foram registrados mais de 62 mil seguidores.
- **Portal Brasil:** lançado em 2010, o Portal Brasil atingiu mais de 44 milhões de visitantes únicos no final de 2016. O número de páginas visitadas no exercício ultrapassou mais de 75 milhões. Nas redes sociais, a *fanpage*, no Facebook, encerrou o ano superando 1 milhão de seguidores; Twitter mais de 490 mil seguidores. No Youtube somaram-se mais de 17 mil inscritos e mais de 3,5 milhões de visualizações. No Instagram, foram registrados mais de 27 mil seguidores.
- **Site Secom:** o *site* ultrapassou cinco mil visitantes únicos e 15 mil páginas visitadas.

#### 2.3.1.2.4 Relações Públicas no Exterior

Em 2016, a Secom/CC/PR, por meio de contrato com a empresa CDN Comunicação Corporativa (contrato 01/2015), seguiu empreendendo esforços para divulgar o Brasil no exterior. Parte desse trabalho é de caráter continuado e envolve, entre suas principais ações, produção de conteúdos com informações governamentais qualificadas, distribuição de materiais informativos do Governo Federal, traduções e atendimento às demandas da imprensa internacional.

O trabalho de relações públicas no exterior também inclui ações mais direcionadas, como a organização de entrevistas, assessoria de imprensa a ministros do governo brasileiro no exterior e produção de conteúdo para a imprensa.

A seguir, uma breve relação dos principais produtos realizados em 2016:

Tabela 33 – Relações Públicas no Exterior – Apoio Viagens

Período	Apoio a ministros em viagem ao exterior – Qtde: 04
<b>Janeiro</b>	Ministro Nelson Barbosa (Fazenda) no Fórum Econômico de Davos, na Suíça.
<b>Abri</b>	Ministra Isabella Teixeira (Meio Ambiente) em participação na cerimônia de Alto Nível de Assinatura do Acordo de Paris sobre Mudança do Clima em Nova York.
<b>Setembro</b>	Secretário Executivo do Programa de Parcerias de Investimentos, Moreira Franco, e ministros Maurício Quintella (Transportes) e Fernando Coelho Filho (Minas e Energia) em encontros de negócios em Nova York.
<b>Outubro</b>	Secretário Moreira Franco e ministros Maurício Quintella e Fernando Coelho Filho em encontros de negócios em Londres.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 34 – Relações Públicas no Exterior – *Fact Sheet*

Período	Fact Sheet
<b>Janeiro</b>	Vírus zika
<b>Março e Abril</b>	Segurança nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016
<b>Maio</b>	Modalidades paraolímpicas e políticas do governo federal voltadas para as pessoas com deficiência
<b>Outubro</b>	Participação do Brasil na 22ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP22)

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 35 – Relações Públicas no Exterior – Ações de Comunicação

Período	Ações de Comunicação
<b>Janeiro e Fevereiro</b>	Jogos Paralímpicos 2016
<b>Junho</b>	Jogos Olímpicos 2016
<b>Setembro</b>	Ações no exterior para os primeiros três meses do governo do Presidente Michel Temer

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 36 – Relações Públicas no Exterior – Coletivas de Imprensa

Período	Coletivas de Imprensa
<b>26 de Fevereiro</b>	Ministro Edinho Silva (Comunicação Social) falou a correspondentes internacionais no Rio de Janeiro.
<b>22 de Março</b>	Advogado-Geral da União, José Eduardo Cardozo, em São Paulo.
<b>23 de Março</b>	Ministro Chefe do Gabinete Pessoal da Presidência, Jaques Wagner, no Rio de Janeiro.
<b>19 de Abril</b>	Presidente Dilma Rousseff com correspondentes estrangeiros baseados no Brasil.
<b>10 de Junho</b>	Ministro da Saúde, Ricardo Barros, no Rio de Janeiro.
<b>29 de Junho</b>	Secretário Extraordinário de Segurança para Grandes Eventos, Andrei Rodrigues.
<b>7 de Julho</b>	Café da manhã com correspondentes estrangeiros com o ministro da Defesa, Raul Jungmann, e o ministro do Gabinete de Segurança Institucional, general Sergio Etchegoyen.
<b>Agosto e Setembro</b>	23 coletivas de imprensa no auditório do Rio Media Center (RMC), no Rio de Janeiro, com temas diretamente ligados aos jogos, além de outros temas de agenda positiva para o país. Passaram pelo RMC diversos porta-vozes do governo federal, com destaque para os Ministros do Esporte, Leonardo Picciani; da Casa Civil, Eliseu Padilha; do Trabalho e Emprego, Ronaldo Nogueira; do Turismo, Alberto Alves; Presidente da Embratur, Vinícius Lummertz; e o Secretário Executivo do Programa de Parcerias de Investimentos, Moreira Franco.
<b>8 de Dezembro</b>	Secretário de Previdência do Ministério da Fazenda, Marcelo Caetano, com os correspondentes estrangeiros baseados em São Paulo.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 37 – Relações Públicas no Exterior – Treinamento Porta-Voz

Período	Treinamento de Porta-Voz
<b>Fevereiro</b>	Presidente do Incra, Maria Lúcia de Oliveira Falcón, e os diretores do Incra, César Fernando Schiavon Aldrighi, Ivan Siqueira Barreto, Luiz Rodrigues de Oliveira e Richard Martins Torsiano e presidente da Embratur, Vinicius Lummertz.
<b>Março</b>	Ministro da Fazenda, Nelson Barbosa.
<b>Maio</b>	Ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, Marcos Pereira.
<b>Junho</b>	Secretário Especial de Comunicação Social da Presidência da República, Márcio Freitas.

<b>Julho</b>	Ministro de Minas e Energia, Fernando Coelho Filho; Secretário Extraordinário de Segurança para Grandes Eventos, Andrei Rodrigues; Ministro-Chefe da Casa Civil, Eliseu Padilha; Secretário-Executivo do Programa de Parcerias de Investimentos, Moreira Franco; ministro do Gabinete de Segurança Institucional, general Sergio Etchegoyen, e o presidente da Embratur, Vinícius Lummertz.
<b>Setembro</b>	Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura, Eumar Novacki.
<b>Outubro</b>	Ministro do Trabalho, Ronaldo Nogueira.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 38 – Relações Públicas no Exterior – Teleconferência

<b>Período</b>	<b>Teleconferências</b>
<b>7 de Abril</b>	Advogado-Geral da União (AGU), José Eduardo Cardozo .
<b>7 de Julho</b>	Ministro do Esporte, Leonardo Picciani.
<b>3 de Novembro</b>	Ministro do Meio Ambiente, Sarney Filho.
<b>16 de Novembro</b>	Presidente do Banco Central, Ilan Goldfajn.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 39 – Relações Públicas no Exterior – Viagens de Familiarização

<b>Período</b>	<b>Viagens de Familiarização</b>
<i>O tema Jogos Olímpicos e Paralímpicos foram objeto de duas viagens de familiarização organizadas com o apoio da CDN Comunicação Corporativa.</i>	
<b>6 e 8 de Abril</b>	A primeira foi focada em correspondentes estrangeiros baseados em São Paulo, dos seguintes veículos: Financial Times, Le Monde, La Nación, The Wall Street Journal, Asahi Shimbun, De Groene Amsterdammer, Frankfurter Allgemeine Zeitung e Tyc Sports.
<b>De 23 a 29 de Abril</b>	A segunda foi voltada para jornalistas estrangeiros que vivem fora do Brasil, dos seguintes veículos: The New York Times, AFP, Yomiuri Shimbun, Around the Rings, SNTV e EFE.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 40 – Relações Públicas no Exterior – Perfis de Jornalistas

<b>Período</b>	<b>Perfis de jornalistas</b>
<b>Janeiro a Dezembro</b>	Produção de 24 perfis de jornalistas estrangeiros que participaram de entrevistas com autoridades ou de viagens de familiarização.

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 41 – Relações Públicas no Exterior – Planejamento de Ações

<b>Tema</b>	<b>Planejamento de Ações de comunicação -</b>
<b>Zika Vírus</b>	Diante da crescente cobertura da imprensa internacional sobre o vírus Zika, foi elaborado documento com sugestões de ações de comunicação focadas no curto e médio prazo com o intuito de oferecer informação séria e detalhada sobre todas as frentes de atuação do governo em relação ao tema. Dentre essas ações, foi proposto workshop para correspondentes estrangeiros.
<b>Governo interino</b>	Com o início do governo interino, foi elaborado documento com sugestões de ações para os primeiros 45 dias de governo, envolvendo porta-vozes estratégicos.
<b>Jogos Olímpicos e Paralímpicos</b>	Foram produzidos materiais para subsidiar a cobertura da imprensa internacional e, ao mesmo tempo, oferecer temas de agenda positiva sobre o Brasil. Sob esse escopo foram elaborados o Guia do Jornalista, Banco de Pautas e Perguntas e Respostas.
<b>Jogos Olímpicos e Paralímpicos</b>	Foi elaborado plano de comunicação de crise para os Jogos. A principal finalidade do documento foi apresentar, de forma clara e objetiva, a estrutura e os procedimentos a serem utilizados para a gestão e comunicação de crises durante o megaevento.

Fonte: Secom/CC/PR

### 2.3.1.2.5 Pesquisa de Opinião Pública

A Secom/CC/PR organiza e desenvolve sistema de informação e pesquisa de opinião pública, a fim de orientar o planejamento da comunicação do Poder Executivo

federal e contribuir com a articulação das ações de comunicação e dar suporte à tomada de decisão.

Em 2016, foram realizadas 29 pesquisas de opinião pública, que buscaram verificar a percepção popular sobre políticas públicas, programas federais, atuação do governo, campanhas de comunicação governamentais, hábitos de consumo de mídia, bem como identificar novas necessidades da sociedade. Os levantamentos foram executados por empresas licitadas em 2013, que tiveram seus contratos prorrogados em 2016: Ibope Inteligência, Pesquisa e Consultoria Ltda (pesquisas quantitativas) e Virtú Análise e Estratégia Ltda (pesquisas qualitativas).

Os resultados dos estudos foram disponibilizados, para conhecimento da sociedade, no *site* Secom ([www.secom.gov.br](http://www.secom.gov.br)) e compartilhados com as demais áreas da Presidência da República e do Poder Executivo federal, conforme demanda.

A seguir estão apresentadas as pesquisas cujos projetos foram concluídos no exercício de 2016.

Tabela 42 – Pesquisas de Opinião Pública

Modalidade	Mês	Tema principal
<b>Qualitativa</b>	Fevereiro/2016	Pesquisa Reforma da Previdência
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Fevereiro/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Fevereiro/2016	Pesquisa Dia Nacional de Mobilização
<b>Qualitativa</b>	Fevereiro/2016	Pesquisa Teste Dia Internacional da Mulher
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Março/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública
<b>Qualitativa</b>	Março/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública IV
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Março/2016	Pesquisa de Opinião Pública – Crise Política III
<b>Quantitativa Domiciliar</b>	Março/2016	Pesquisa Brasileira de Mídia 2016
<b>Qualitativa</b>	Março/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública V
<b>Qualitativa</b>	Março/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública VI
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Abril/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Abril/2016	Pesquisa Votação Impeachment
<b>Quantitativa Domiciliar</b>	Abril/2016	Pesquisa de Opinião Pública – Crise Política
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Maio/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Maio/2016	Pesquisa Votação Impeachment II
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Junho/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública
<b>Quantitativa Domiciliar</b>	Junho/2016	Pesquisa Avaliação de Governo e Economia
<b>Qualitativa</b>	Junho/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública VII
<b>Qualitativa</b>	Agosto/2016	Pesquisa Jogos Olímpicos
<b>Qualitativa</b>	Agosto/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública VIII
<b>Quantitativa Domiciliar</b>	Agosto/2016	Pesquisa Regular Avaliação de Governo
<b>Quantitativa Domiciliar</b>	Setembro/2016	Pesquisa Regular Avaliação de Governo
<b>Qualitativa</b>	Outubro/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública IX
<b>Qualitativa</b>	Outubro/2016	Pesquisa Regular de Opinião Pública X
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Outubro/2016	Pesquisa PEC 241 e Reforma do Ensino Médio

Fonte: Secom/CC/PR

Abaixo seguem as pesquisas cujos projetos foram iniciados em 2016, com previsão de conclusão formal em 2017.

Tabela 43 – Planejamento Pesquisa

Modalidade	Mês	Tema principal
<b>Quantitativa Domiciliar</b>	Dezembro/2016	Pesquisa Regular Avaliação de Governo
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Novembro/2016	Pesquisa Manifestações de 04/12/16

<b>Qualitativa</b>	Novembro/2016	Pesquisa Pré-teste Campanha Publicitária Rodovida
<b>Quantitativa Telefônica</b>	Dezembro/2016	Pesquisa Pós Manifestações de 29/11 e 04/12

Fonte: Secom/CC/PR

Dentre as pesquisas realizadas, destaca-se a Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM 2016, que analisou os hábitos de consumo de mídia da população brasileira com representatividade em todos os estados da federação. O estudo quantitativo domiciliar foi realizado pelo Ibope e seu relatório final está disponível no *site* Secom.

No intuito de melhorar a eficácia e efetividade da política de comunicação do Governo Federal, a exemplo de experiências bem sucedidas de comunicação governamental no mundo, foi desenvolvida a ferramenta para divulgação dos resultados da PBM 2016. Essa ferramenta possibilita ao usuário obter todos os dados originados pela pesquisa e fazer análises e cruzamentos personalizados conforme seu interesse, disponível no endereço [www.pesquisademidia.gov.br](http://www.pesquisademidia.gov.br). Essa iniciativa foi desenvolvida com o apoio do Projeto de Cooperação Técnica firmado entre a Secom/CC/PR e a Unesco.

Foi realizado o Workshop Pesquisa Governamental: Grupos Focais e Estilos de Moderação, em outubro de 2016, com a participação de dois palestrantes convidados das Universidades Federal de Goiás e Federal de Minas Gerais. Os objetivos foram aprimorar o know-how em pesquisa governamental de opinião pública, mais especificamente sobre abordagem de pesquisa qualitativa com o uso de grupos focais; proporcionar o intercâmbio de informações e experiências; aprimorar competências prática; e promover o diálogo entre instituições.

Com o objetivo de avaliar o desempenho dos institutos de pesquisa contratados, buscando contínuo aperfeiçoamento e melhoria da qualidade dos serviços prestados, a cada projeto de pesquisa, é aplicado um formulário em que são avaliados diversos aspectos técnicos da metodologia (qualitativa, quantitativa face a face e quantitativa telefônica), desde o início até a entrega dos produtos finais, gerando um relatório com pontos positivos e pontos de melhoria a serem discutidos e corrigidos em conjunto com a empresa contratada.

A Secom/CC/PR conta com três contratos ativos para a viabilização das atividades do Departamento de Pesquisa: Contrato 001/2013 – Virtu Análise e Estratégia Ltda, para a prestação de serviços de pesquisa de opinião pública, compreendendo planejamento e realização de projetos de pesquisa qualitativa, com vigência de 01/07/2016 a 01/07/2017; Contrato 002/2013 – Ibope Inteligência, Pesquisa e Consultoria Ltda, para a prestação de serviços de pesquisa de opinião pública, compreendendo planejamento e realização de projetos de pesquisa quantitativa com entrevistas face a face, com vigência de 27/06/2016 a 27/06/2017; e Contrato 003/2013 – Ibope Inteligência, Pesquisa e Consultoria Ltda, para a prestação de serviços de pesquisa de opinião pública, compreendendo planejamento e realização de projetos de pesquisa quantitativa com entrevistas telefônicas (Computer-Assisted Telephone Interviewing – CATI), com vigência de 27/06/2016 a 27/06/2017.

### 2.3.1.3 Ação 2675

Quadro A 2.3.1.3 – Ação 2675

Identificação da Ação												
Responsabilidade da UPC na execução da ação	( X ) Integral ( ) Parcial											
Código	2675 Tipo: Atividade											
Título	Comunicação e Transmissão de Atos e Fatos do Governo Federal											
*Iniciativa	Não se Aplica											
Objetivo	Fortalecer a comunicação social do Poder Executivo Federal com a sociedade Código: 1162											
Programa	Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública Código: 2038 Tipo: Temático											
Unidade Orçamentária	20101											
Ação Prioritária	( ) Sim ( X ) Não Caso positivo: ( ) PAC ( ) Brasil sem Miséria ( ) Outras											
Lei Orçamentária do exercício												
Execução Orçamentária e Financeira												
Dotação		Despesa			Restos a Pagar do exercício							
Inicial	Final	Empenhada	Liquidada	Paga	Processados	Não Processados						
38.268.215,00	42.268.215,00	42.268.215,00	27.842.229,56	27.842.229,56	-	14.425.985,44						
Execução Física												
Descrição da meta			Unidade de medida	Meta								
Conteúdo difundido			Unidade	Prevista	Reprogramada	Realizada						
55.719.729,34			0	0	-	156.165						
Restos a Pagar Não processados - Exercícios Anteriores												
Execução Orçamentária e Financeira			Execução Física - Metas									
Valor em 1º janeiro	Valor Liquidado	Valor Cancelado	Descrição da Meta	Unidade de medida	Realizada							
55.719.729,34	51.008.378,21	0	0	0	0							

Fonte: Tesouro Gerencial

#### Análise Situacional

O Projeto de Lei Orçamentária – PLOA 2016 previu orçamento de 52,4 milhões para a ação em questão. Houve corte de R\$ 14,2 milhões com o advento da Lei Orçamentária anual – LOA 2016, diminuindo sensivelmente a capacidade de execução, quando comparada ao exercício anterior. No final do exercício, a ação foi suplementada em R\$ 4,0 milhões, em função da aprovação do Projeto de Lei nº 07/2016 (Lei Ordinária 13.374/2016). Com isso, a dotação final subiu para R\$ 42,2 milhões.

Quanto ao volume inscrito em Restos a Pagar, além das restrições financeiras, o significativo valor teve como causa a complexidade dos serviços prestados pela EBC, que exige ampla documentação comprobatória da despesa, com o processo de geração de relatórios e gravação de mídias, levando demasiado tempo. Dessa forma, demanda tempo superior a dois meses para tal documentação chegar a Secom/CC/PR, ser verificada e

considerada apta para pagamento pelo gestor do contrato.

Em relação aos restos a pagar não processados de exercícios anteriores, o valor é composto pelo somatório das duas unidades gestoras: 110319 – Secom/CC/PR e pela unidade jurisdicionada 110574 – SIMP.

### 2.3.1.3.1 – Contrato de Prestação de Serviços de *Broadcast* para os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016

O Rio Mídia Center – RMC foi um espaço de atendimento e hospitalidade à imprensa nacional e internacional durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016.

No escopo de implantação do projeto, feito em parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro, coube à Secom/CC/PR a contratação de serviços de *broadcast*, para captação de imagens em HD, gravação e distribuição de conteúdos (áudio e vídeo) e disponibilização de sinal em segmento espacial (satélite), de forma a cobrir todas as atividades realizadas no RMC, municiando a imprensa com conteúdos de qualidade, oportunizando a divulgação de aspectos positivos do País e da realização dos Jogos.

Para isso, foi celebrado contrato de prestação de serviços de *broadcast* entre a Secretaria e a EBC, por dispensa de licitação, com fundamento no art. 8º, Parágrafo 2º II, da Lei nº 11.652/2008, consoante consta do Processo nº 00170.000392/2016-21.

O valor do contrato foi de R\$ 2.810.684,64 (Dois milhões, oitocentos e dez mil, seiscentos e oitenta e quatro reais e sessenta e quatro centavos), envolvendo serviços de equipe técnica, operações de *uplink*/segmento espacial (satélite) e equipamentos de auditório.

Abaixo um resumo das atividades do RMC durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 e que contaram com o suporte de *Broadcast*:

Tabela 44 – Resumo de atividades – RMC

Data	Atividade
27/07/2016	Abertura oficial do RMC realizada pelo prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, e o ministro do Esporte, Leonardo Picciani.
28/07/2016	Apresentação do funcionamento dos live sites e a operação de turismo da cidade para os Jogos Olímpicos. Os secretários municipais de Turismo e de Ordem Pública detalharam a operação logística envolvida nos meses de agosto e setembro.
29/07/2016	Mesa Redonda: A indústria criativa - produção audiovisual no Brasil Coletiva: Foram apresentados os preparativos da cidade para o início dos Jogos Rio 2016.
31/07/2016	Coletiva: Planejamento do atendimento da rede de saúde para os Jogos Rio 2016.
01/08/2016	Confraternização: Dinamarca e LEGO no Rio Representantes do Visit Denmark, da LEGO, o presidente da Empresa Olímpica Municipal, Joaquim Monteiro, e o secretário municipal de Cultura, Junior Perim, falaram sobre o legado que a empresa dinamarquesa e a Casa da Dinamarca vão deixar para o Rio.
02/08/2016	O Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos Rio 2016 e a Prefeitura do Rio apresentaram detalhes sobre o revezamento da tocha: percurso, horários, condutores e os principais pontos de interesse para a cobertura jornalística.

Data	Atividade
03/08/2016	<p>Briefing operacional da cidade durante quatro eventos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- O jogo de estreia da seleção feminina de futebol, no Estádio do Engenhão;</li> <li>- A passagem da tocha olímpica pela cidade;</li> <li>- A Cerimônia de Abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>- A prova masculina de ciclismo estrada.</li> </ul>
04/08/2016	<p>Conversa com os chefs Massimo Bottura e David Hertz. Tema: a luta contra a fome e o desperdício de alimentos, ressaltando que cozinhar com ingredientes excedentes e uma oportunidade de criar um senso de comunidade e um ato de amor ao próximo.</p>
06/08/2016	<p>O economista Marcelo Neri, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), divulgou dados inéditos da pesquisa conduzida pelo Centro de Políticas Sociais da FGV, que mostra que os Jogos Olímpicos revertem uma tendência negativa de crescimento dos indicadores sociais que o Rio de Janeiro apresentava entre 1992 e 2008.</p> <p>O Prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes e o Ministro do Esporte, Leonardo Picciani, firmaram parceria entre o governo federal e a Prefeitura do Rio para o legado pós-Jogos das estruturas de treinamento, Parque Olímpico e Complexo Esportivo do Deodoro.</p>
07/08/2016	<p>Briefing operacional. Executivos da Prefeitura Municipal trataram do balanço operacional de cidade na cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016, do primeiro dia de funcionamento do Parque Olímpico ao público, da operação para o ciclismo de estrada, além do metrô.</p> <p>Coletiva: Correios apresentam logística para Rio 2016.</p>
08/08/2016	<p>Coletiva do IPC sobre o status da filiação do NPC Rússia</p> <p>Uma delegação da Colômbia, integrada pelo embaixador Alejandro Borda; o diretor da Pro Colômbia visitaram o Rio Media Center concederam entrevistas.</p>
09/08/2016	<p>Briefing- Balanço do primeiro fim de semana dos Jogos Olímpicos</p> <p>Briefing: Balanço do primeiro dia útil dos Jogos Rio 2016</p> <p>Briefing operacional - operação da cidade com as competições de vôlei de praia, em Copacabana; vôlei no Maracanazinho; e vela na Marina da Glória - e as alterações do trânsito para as provas de Ciclismo Contrarrelógio</p> <p>Painel: Nation Branding: usando grandes eventos para valorizar a marca país</p> <p>Briefing operacional</p>
10/08/2016	<p>Briefing operacional - operação da cidade para as provas de Ciclismo Contrarrelógio, do Recreio dos Bandeirantes</p> <p>Entrevista: Brasil e Argentina conversam sobre as torcidas dos dois países</p> <p>Coletiva: Igualdade racial no esporte e combate ao racismo</p>
11/08/2016	<p>Arts Games 2018 promove lançamento mundial no Rio Media Center e coletiva.</p> <p>Coletiva: O diretor de Operações da CET-Rio, Joaquim Dinis, apresentou as mudanças no esquema</p>
12/08/2016	<p>Coletiva: Rio de Janeiro recebeu certificado de 'Cidade de Comércio Justo'</p>
13/08/2016	<p>Mesa Redonda: Parceiros da Natureza: povos tradicionais e conservação da biodiversidade</p> <p>Coletiva: Secretário Moreira Franco avalia perspectivas de investimentos no Brasil</p>
15/08/2016	<p>Coletiva: Índice de Progresso Social. Michael Green, CEO do Social Progress Imperative, apresentou pela primeira vez no Brasil a metodologia e resultados globais do Índice de Progresso Social (IPS, na sigla em português).</p> <p>Briefing de operações da cidade. Na terça-feira (16/08), vias no entorno do Maracanã serão interditadas para os jogos de futebol, e na quinta-feira (18/08) interdições de ruas em Copacabana e na Lagoa para a prova de Triatlo Masculino.</p>
17/08/2016	<p>Coletiva: Ministro do Trabalho apresentou Projeto Jovem Aprendiz do Desporto. O ministro do Trabalho, Ronaldo Nogueira, participou de coletiva de imprensa sobre o Projeto Jovem.</p> <p>Coletiva: Rio + B engajou empresas em melhores práticas socioambientais. Foi anunciado o lançamento do movimento Rio+B, iniciativa do Sistema B em parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro, entre mais de 10 outras organizações, cujo objetivo é engajar a setor privado na agenda de sustentabilidade do Rio de Janeiro por meio dos negócios.</p>
	<p>Coletiva: A nova realidade da Colômbia e as oportunidades de investimento. Com uma média de crescimento de 4,5% ao ano, a Colômbia desliza como um destino promissor para investimentos estrangeiros nas Américas.</p> <p>Em conversa com jornalistas, Sebastião Dias de Oliveira e Ygor Coelho mostraram o Bamon, método de treinamento a partir dos passos do samba. Criado na Funabem, Sebastião Dias de Oliveira fundou o projeto Miratus, onde ensina badminton a mais de 200 crianças e adolescentes.</p>

Data	Atividade
<b>19/08/2016</b>	Coletiva: Flag Handover, o prefeito Eduardo Paes faz (fará?) a passagem da bandeira olímpica para Yuriko Koike, governadora da cidade de Tóquio, cidade que receberá os Jogos Olímpicos em 2020, durante a cerimônia de encerramento dos Jogos Rio 2016, que acontecerá no próximo domingo.
<b>20/08/2016</b>	Coletiva : Ginastas e medalhistas brasileiros Arthur Zanetti, Diego Hypólito e Arthur Nory falaram sobre sua atuação nos Jogos Olímpicos Rio 2016 e perspectivas futuras.
<b>21/08/2016</b>	Coletiva: O Ministro do Esporte, Leonardo Picciani, fez balanço dos resultados esportivos dos Jogos Olímpicos.
<b>22/08/2016</b>	Coletiva sobre o funcionamento do sistema BRT após os Jogos Rio 2016.
<b>23/08/2016</b>	O Prefeito Eduardo Paes e o Ministro-chefe da Casa Civil da Presidência da República, Eliseu Padilha, apresentaram o balanço final dos Jogos Olímpicos Rio 2016.
<b>05/09/2016</b>	Briefing operacional - A Prefeitura apresentou as informações de operação de cidade para o Revezamento da Tocha Paralímpica no Rio de Janeiro e para a cerimônia de abertura dos Jogos Paralímpicos Rio 2016.
<b>06/09/2016</b>	Coletiva: Brasil, potência paralímpica. O Ministro do Esporte, Leonardo Picciani, e o presidente do Comitê Paralímpico Brasileiro, Andrew Parsons, falaram sobre o desenvolvimento do esporte paralímpico brasileiro, das categorias de base aos atletas de alto rendimento.
	Briefing - a Prefeitura do Rio apresentou as informações de operação da cidade para os dois primeiros dias de competições dos Jogos Paralímpicos Rio 2016, com destaque para as interdições na região do Parque Olímpico e das provas de rua em Copacabana.
<b>08/09/2016</b>	Coletiva - o Ministro interino do Turismo, Alberto Alves, e o presidente da Embratur, Vinícius Lummertz, realizaram entrevista coletiva para apresentar as ações de Turismo Acessível adotadas pelo governo federal para ampliar o número de viajantes com algum tipo de deficiência ou mobilidade reduzida.
	Coletiva – Apresentação de pesquisa – A Nova/SB, agência especializada em Comunicação de Interesse Público.
	Coletiva - Equipe da UNB apresentou o triclo EMA Trike, desenvolvido para permitir que pessoas com lesão medular pedalem. O projeto de ciclismo assistido foi o único da América Latina selecionado para a Cybathlon, as Olimpíadas Biônicas que acontecerá na Suíça em outubro de 2016.
<b>09/09/2016</b>	Coletiva - Os dançarinos Renata Mara e Oscar Capucho, que participaram da cerimônia de abertura dos Jogos Paralímpicos, concederam entrevista coletiva no RMC.
<b>12/09/2016</b>	Coletiva - a Secretaria Especial dos Direitos da Pessoa com Deficiência, Roseane Cavalcante de Freitas Estrela (Rosinha da Adefal), falou sobre a inclusão de pessoas com deficiência por meio do esporte em entrevista coletiva no RMC. O judoca paralímpico Williams Araújo participou da coletiva.
	Briefing e balanço operacional da cidade - representantes da Prefeitura do Rio fizeram um balanço da cidade no primeiro fim de semana dos Jogos Paralímpicos Rio 2016.
<b>13/09/2016</b>	10h – Coletiva – Divulgação do resultado do concurso das “Casas de Hospitalidade” que funcionaram durante os Jogos Olímpicos Rio 2016.
<b>15/09/2016</b>	4ª edição do prêmio Todos @ Web - mais importante reconhecimento de iniciativas que tornam a Web mais acessível - Prêmio Nacional de Acessibilidade na Web, Todos @ Web
<b>16/09/2016</b>	Briefing - Operação da cidade para encerramento dos Jogos Paralímpicos
<b>18/09/2016</b>	Coletiva - o Ministro do Esporte, Leonardo Picciani, apresentou o balanço dos resultados obtidos pelo Brasil nos Jogos Paralímpicos Rio 2016, e falou sobre os investimentos do governo federal no paradesporto nacional.
<b>19/09/2016</b>	Coletiva - o Prefeito Eduardo Paes, o Ministro-Chefe da Casa Civil, Eliseu Padilha, o Secretário de Estado da Casa Civil, Leonardo Espíndola, o Presidente do Comitê Rio 2016, Carlos Arthur Nuzman, e o Presidente do Comitê Paralímpico Brasileiro e Vice-Presidente do Comitê Paralímpico Internacional, Andrew Parsons, apresentaram o balanço final dos Jogos Paralímpicos Rio 2016.

Fonte: Secom/CC/PR

### 2.3.1.3.2 TV NBR e Voz do Brasil

Em 2016, os principais destaques da produção da TV NBR e Voz do Brasil foram:

- Disponibilização, em tempo real, de imagens da TV NBR dos eventos do Palácio do Planalto para o Blog do Planalto e Portais Brasil e do Planalto. Além de garantir mais agilidade na geração do conteúdo televisivo para uso do blog, portais e respectivos perfis nas redes sociais, o processo contribui para ampliar a integração dos canais de comunicação do Poder Executivo federal.
- Produção de boletins a cada hora (entre 9h e 20h) com as principais notícias do Governo Federal. Os boletins trazem informações como agenda de governo, declarações de autoridades, participações ao vivo de repórteres e material gravado com as últimas informações, infográficos dos principais assuntos do dia, repercussão de ações do governo e outras atividades. Com isso, a TV NBR passou a ser mais atrativa em termos de conteúdo e contextualização durante todo o dia, além dos momentos de transmissões ao vivo.
- Entrevistas especiais com ministros sobre políticas públicas, bem como o acompanhamento intensivo de discussões no Congresso Nacional e no Supremo Tribunal Federal (STF) sobre temas referentes ao momento político brasileiro. Também mereceram atenção especial as declarações de parlamentares, ministros da Suprema Corte e debates e votações nos dois Poderes.
- Série de reportagens sobre Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, e o Revezamento da Tocha Olímpica, mostrando políticas públicas de incentivo ao esporte nas cidades do percurso. Ampla cobertura jornalística envolvendo a TV NBR e o programa “Voz do Brasil”.
- Mobilização de toda a estrutura de redação para cobrir agendas de ministros e outras autoridades por todo o País em escolas, em unidades de governo e em visitas a comunidades no combate ao mosquito Aedes aegypti. Também ocorreu a cobertura nacional das Campanhas de Mobilização Nacional de Educação e Combate ao Zika Vírus, entre os dias 13 e 19 de fevereiro.
- Cobertura jornalística da votação do processo de *impeachment* da então Presidente da República, Dilma Rousseff (com mais de 48 horas de transmissão ao vivo), e da cerimônia de posse do Presidente da República, Michel Temer.
- Novas parcerias com objetivo de fazer uma TV NBR mais moderna, com nova identidade visual e dinâmica de *breaks*:
  - Novos boletins de notícias em parcerias com a TV Escola, Acerp e MEC. Ressalta-se que, atualmente, são parceiros da EBC: MEC, AGU, Ministério da Saúde e Caixa Econômica Federal;
  - A grade de programação da TV NBR ganhou parcerias universitárias: os programas Cine Federal e Enredo Cultural são exibidos aos finais de semana;
  - Parceria com a TV Justiça. Em ano eleitoral, a emissora passou a veicular

em sua grade o Programa #Confirma. O programa produzido pelo TSE, de forma interativa, traz informações e respostas às dúvidas e questionamentos do cidadão sobre a Justiça Eleitoral, importância do voto consciente, uso da urna eletrônica e interação com eleitor e telespectador.

O terceiro trimestre de 2016 foi um período de intenso trabalho de desenvolvimento de identidades visuais para programas e coberturas televisivas, bem como efetiva produção de materiais audiovisuais para os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. Especificamente para os Jogos foram produzidos 47 filmes com perfis de atletas brasileiros e outros 18 sobre modalidades esportivas. Também foram produzidos e veiculados 361 *Infowebs* com notícias relativas à atuação do Governo Federal nos Jogos, 53 chamadas de contagem regressiva e 679 peças com quadro de medalhas atualizado.

- Estreia de novos programetes jornalísticos e outras produções nos *breaks* e intervalos, dinamizando a programação.
  - Foram produzidas versões diferenciadas do Infoweb, algumas com *off explicativo*;
  - Informações econômicas veiculadas com gráficos mostrando as variações da poupança e do câmbio;
  - “NBR Responde” com perguntas e respostas de interesse do cidadão. Conteúdo da Web veiculado também na TV.
- Repórter NBR:
  - O boletim passou a ser exibido de segunda à sexta, de hora em hora – das 9h até 20h (dez edições por dia), substituindo inclusive a edição do Jornal NBR, que foi descontinuado;
  - As matérias em destaque nesses boletins são reexibidas entre 9h30 e 19h30 (09 edições por dia).

Tabela 45 – Resumo de atividades – TV NBR

Produção	Números de Produção de Serviços 2016				
	Jan/Fev/Mar	Abr/Mai/Jun	Jul/Ago/Set	Out/Nov/Dez	Total
Transmissões ao vivo de eventos do Governo	26	6	20	43	95
Transmissões gravadas de eventos do Governo	1	0	1	3	5
NBR Notícias e Repórter NBR – Nro de edições	65	355	585	555	1560
NBR Notícias e Repórter NBR - Reportagem	479	495	422	515	1911
NBR Notícias e Repórter NBR - Links	63	50	241	357	711
NBR Notícias e Repórter NBR - Infografias	185	304	357	313	1159
A Voz do Brasil – número de edições	62	63	62	66	253
A Voz do Brasil - Reportagem	439	451	414	447	1751
A Voz do Brasil - Entrevista	8	8	136	28	180
Programas próprios	151	84	15	17	267
Programas co-produção	47	34	30	73	184
Exibição Interprogramas	-	-	-	-	-
- Da redação	1	1	0	0	2
- Campanhas de Governo	3	7	10	5	25
Interprogramas Jornalísticos	-	-	-	-	-
- Fique Atento	31	12	0	0	43
- Programete Especial	0	12	0	0	0
Direto do Planalto	61	19	0	0	80
Brasil 2016	66	45	37	0	148
Saiba Mais	0	0	0	9	9
Por Dentro do Governo	0	0	0	44	44
Cenas do Brasil	2	0	0	0	2
NBR Entrevista	52	24	15	9	100
Panorama IPEA	10	5	0	0	15
Conexão Ciência	10	10	11	12	43
Teleconferências MDS	4	2	0	0	6
Boletim da Saúde	12	7	12	12	43
Boletim Educação no Ar	0	6	7	6	19
Últimas - Boletins	327	125	0	0	452
Chamadas	63	3.788	5.223	4.102	13176
Programas de Rádio	-	-	-	-	-
- Bom dia Ministro	8	3	0	0	11
- Brasil em pauta	3	1	0	0	4
Infografias - BDM e Brasil em Pauta	3	1	0	0	4
Transmissões de Eventos do Poder Executivo – RadioSat	60	68	6	0	134
Redes Obrigatórias do Poder Executivo – Convocação e geração	1	0	2	3	6
Criação de Spots de Rádio	6	17	0	0	23
Identidade visual e Marcas	7	9	7	11	34

Tabela 45 – Resumo de atividades – TV NBR

Produção	Números de Produção de Serviços 2016				
	Jan/Fev/Mar	Abr/Mai/Jun	Jul/Ago/Set	Out/Nov/Dez	Total
<b>Cenografia (física e virtual)</b>	1	4	7	3	15
<b>Peças institucionais e educativas para clientes</b>	0	17	8	2	27
<b>Peças institucionais para EBC</b>	6	26	6	7	45
<b>Interprogramas especiais</b>	22	34	81	25	162
<b>Artes para redes sociais</b>	125	90	135	117	467
<b>Infográficos para Internet</b>	19	0	0	0	19
<b>Mensagens Oficiais (Captação e Edição)</b>	3	12	0	1	16
<b>Desenvolvimento de sites e ferramentas</b>	4	4	12	11	31
<b>Twitter NBR - Seguidores</b>	156.115	162.433	164.741	166.847	166.847
<b>Twitter A Voz do Brasil - Seguidores</b>	130.468	133.298	135.248	138.060	138.060
<b>YouTube TV NBR exibições</b>	4.338.202	6.893.895	4.657.503	5.185.422	21.075.022
<b>YouTube NBR - Assinantes</b>	38.940	46.198	52.281	57.434	57.434
<b>Facebook TV NBR - Curtidas</b>	50.451	70.379	73.280	75.403	75.403

### 2.3.1.4 – Ação 4641

Quadro A 2.3.1.4 – Ação 4641

Identificação da Ação												
Responsabilidade da UPC na execução da ação	( X ) Integral ( ) Parcial											
Código	4641 Tipo: Atividade											
Título	Publicidade de Utilidade Pública											
*Iniciativa	Não se Aplica											
Objetivo	Fortalecer a comunicação social do Poder Executivo Federal com a sociedade Código: 1162											
Programa	Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública Código: 2038 Tipo: Temático											
Unidade Orçamentária	20101											
Ação Prioritária	( ) Sim ( X ) Não Caso positivo: ( ) PAC ( ) Brasil sem Miséria ( ) Outras											
Lei Orçamentária do exercício												
Execução Orçamentária e Financeira												
Dotação		Despesa			Restos a Pagar do exercício							
Inicial	Final	Empenhada	Liquidada	Paga	Processados	Não Processados						
14.231.897,00	14.131.897,00	14.131.897,00	12.629.988,97	12.629.988,97	-	1.501.908,03						
Execução Física												
Descrição da meta			Unidade de medida	Meta								
-				Prevista	Reprogramada	Realizada						
Restos a Pagar Não processados - Exercícios Anteriores												
Execução Orçamentária e Financeira			Execução Física - Metas									
Valor em 1º janeiro	Valor Liquidado	Valor Cancelado	Descrição da Meta	Unidade de medida	Realizada							
7.119.559,86	4.987.746,32	0	0	0	0							

Fonte: Tesouro Gerencial

### Análise Situacional

O valor proposto no PLOA para a ação 4641 foi reduzido quando da aprovação da LOA 2016 no valor de R\$ 1,4 milhão. A execução dos R\$ 14,1 milhões ocorreu de forma direta, por meio dos contratos com as agências de propaganda.

Ressalta-se que na dotação inicial foi acrescido o montante de R\$ 400 mil e, na dotação final, R\$ 300 mil, referente ao crédito derivado de Emenda Parlamentar. O referido crédito pertence ao Programa de Gestão e Manutenção da Presidência da República – 2101.

Além disso, da mesma forma que na Ação 2017, o volume inscrito em “Restos a Pagar” decorre da natureza do processo publicitário, conforme descrito anteriormente.

Quanto à execução física, também não foi possível a definição de metas para 2016, pelas mesmas razões já citadas na ação 2017 – Comunicação Institucional.

No exercício de 2016 foram realizadas 15 (quinze) ações de Publicidade de Utilidade Pública, com objetivo de divulgar temas de interesse, buscando informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos.

Dentre as ações de publicidade de Utilidade Pública, destacam-se:

**Combate à Dengue, Zika e Chikungunya:** a campanha propôs mobilização nacional visando envolver a população brasileira para adoção de medidas simples para eliminar possíveis focos domésticos do mosquito Aedes aegypti que provoca Dengue, Zika e Chicungunya.

**Enfrentamento à Intolerância Religiosa:** a campanha procurou sensibilizar a sociedade quanto à importância do respeito à diversidade, valorizando o princípio fundamental e democrático da liberdade de credo e livre pensamento. A mensagem fez contraposição aos eventos de violação contra religiões de matriz africana, comunidades quilombolas, de terreiros e ciganos que ocorreram no primeiro semestre, apresentando ainda o “Disque 100” como canal para denúncias.

**Dia Internacional da Mulher:** a campanha teve por objetivo evidenciar os avanços das políticas públicas voltadas para as mulheres e estimulá-las a buscarem mais espaços no poder, direitos e participação para quebrar paradigmas e enfrentar modelos e costumes consolidados pela sociedade.

**Plano Nacional de Logística Portuária:** a ação divulgou as medidas do Plano Nacional de Logística Portuária e disseminou informações voltadas a busca por parcerias e investidores institucionais, maximizando os benefícios socioeconômicos como aquecimento de setores de infraestrutura e logística, geração de empregos, entre outros.

**Imposto de Renda 2016:** campanha publicitária de cunho informativo que destacou as inovações e novas funcionalidades da ferramenta/sistema de declaração do Imposto de Renda, como a possibilidade de preenchimento da declaração em diferentes dispositivos, como tablets, celulares, computadores, entre outros.

**Comunicação para o Meio Internet:** as ações destinadas ao meio internet deram visibilidade e sustentação à estratégia de comunicação publicitária, tanto institucional quanto de utilidade pública, reforçando e potencializando seu alcance, particularmente em relação ao público jovem, garantindo presença constante no meio. Destacam-se as ações de combate ao Zika-vírus; Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016; Combate à intolerância religiosa, e enfrentamento à violência no trânsito (Rodovida).

As ações de comunicação desenvolvidas especialmente para o meio Internet buscaram, também, aprimorar a atuação em portais regionais e segmentados, aumentar o volume de acessos aos portais do Governo e elevar o número de seguidores dos perfis dos portais Brasil e Planalto nas mídias sociais. Além disso, promoveu o aprimoramento do uso das ferramentas e tecnologias digitais para uma comunicação governamental cada vez mais efetiva com o cidadão.

#### 2.3.1.5 Ações – Orçamento de Investimento

**Não se aplica.**

#### 2.3.1.6 Indicadores e Metas

No âmbito do Plano Plurianual 2016-2019 (Programa Temático “Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública”) e do Planejamento Estratégico, que abrangem os processos de publicidade e comunicação digital executados dentro das Ações Orçamentárias 2017 e 4641, são estabelecidos metas e indicadores, detalhados a seguir.

##### 2.3.1.6.1 Indicadores e Metas – Plano Plurianual

**Meta Plano Plurianual:** “Aperfeiçoar os canais de comunicação do Poder Executivo federal com foco em multimídias digitais”.

Em 2016, os canais de comunicação próprios do Poder Executivo federal foram aperfeiçoados com a mudança da linha editorial, ampliação do acesso com menos perfis pulverizados e presença focada no Portal Planalto, no Portal Brasil e nas redes sociais.

O Portal Brasil foi reestruturado e atualizado com a aplicação de *mobile first*, que é o design de *site* pensado primeiramente em versão *mobile* e responsivo, adequando ao novo contexto da web, e atualizado por um sistema que gerencia e publica conteúdo de forma organizada com mais rapidez e facilidade.

Foram produzidos vídeos, textos, notícias, infográficos com conteúdos regionalizados, para demonstrar a atuação do Governo Federal por todo o Brasil, em todos os portais e redes sociais de gestão da Secom/CC/PR.

A Identidade Padrão de Comunicação Digital – IDG para os *sites* institucionais dos órgãos do Poder Executivo federal foi mantida para o Portal Governo.

Essas mudanças nos canais de comunicação digital permitem que o cidadão tenha maior facilidade de acesso e interesse pelos conteúdos divulgados pelo Governo Federal.

Para consolidar o posicionamento do Governo Federal, com presença contínua e atrativa de ações publicitárias na Internet, foram promovidas adequações nas mensagens

considerando as especificidades do meio e as características dos diversos públicos-alvo; estabelecimento de padrões de linguagem com vistas a proporcionar unicidade e sinergia entre os diversos esforços e temas divulgados; aprimoramento da atuação no meio digital com programação eficiente e abrangente; uso de ferramentas de *Business Intelligence* – BI nas ações publicitárias *online* garantindo maior agilidade na gestão de conteúdo e rentabilidade na compra de espaços publicitários.

**Meta Plano Plurianual:** “Valorizar a diversidade étnica e cultural e o respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero, acessibilidade e de orientação sexual nas ações de comunicação do Poder Executivo federal”.

Em 2016, essa valorização foi traduzida em ações de publicidade, patrocínio, na divulgação de notícias nos portais Planalto ([planalto.gov.br](http://planalto.gov.br)) e Brasil ([brasil.gov.br](http://brasil.gov.br)) e nos canais de comunicação próprios e perfis do Governo Federal nas redes sociais.

No ano de 2016, várias ações de publicidade utilizaram pessoas negras como protagonistas: Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio2016, Dia das Mulheres; Enfrentamento à intolerância religiosa; Bandeiras tarifárias; Semana da Pátria – 7 de setembro; Alistamento e seleção para serviço militar; e Proteção aos direitos de crianças e adolescentes.

As peças publicitárias audiovisuais realizadas pela Secom/CC/PR possuem legendas para acessibilidade e, quando disponibilizadas nos canais próprios de comunicação digital, contam ainda com recursos de acessibilidade desses meios. Os pronunciamentos oficiais do presidente da República, veiculados em cadeia nacional de TV, são legendados e traduzidos para Libras.

O site Secom ([www.secom.gov.br](http://www.secom.gov.br)) possui navegação que atende às principais recomendações do WCAG (World Content Accessibility Guide) do W3C e, no caso do governo brasileiro, ao e-MAG (Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico).

Em 2016, foram autorizadas 50 ações de divulgação com investimentos em mídia publicitária, cujas estratégias contemplaram uma programação diversificada de meios e veículos de comunicação. Sobre esse aspecto, destacam-se as ações de combate ao mosquito Aedes aegypti, Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 e de prevenção às queimadas.

#### 2.3.1.6.2 Indicadores e Metas – Planejamento Estratégico

No âmbito do Planejamento Estratégico 2015-2020, os indicadores de desempenho que visam resultados institucionais das ações de publicidade, executadas dentro das Ações Orçamentárias 2017 e 4641, adotados estão elencados a seguir:

O indicador “Número de Ações com Estratégia Unificada”, que está vinculado ao

objetivo estratégico de assegurar unicidade na comunicação do Governo Federal, foi medido ao longo de 2016, e atingiu 61% da meta estabelecida de mensurar o número de ações com estratégia unificada, ou seja, ações que envolvam a utilização de 3 ou mais ferramentas de comunicação.

Ligado ao objetivo estratégico de ampliar a efetividade das ações de comunicação do Governo Federal, o indicador “Pesquisas de Pré e Pós-testes” das campanhas de publicidade obteve 86% da meta estabelecida.

Tabela 46 – Indicadores de Eficácia – Pré-teste

Pesquisas Pré de Mensagens Publicitárias	
<b>O que medir</b>	Nível de impacto e entendimento da mensagem, adequação de linguagem e conceito e receptividade das peças da campanha.
<b>Como medir</b>	Realizar pesquisas qualitativas. Análise comparativa entre os resultados obtidos com a pesquisa e os objetivos estratégicos do esforço de comunicação, realizando os ajustes necessários.
<b>Quando medir</b>	Antes da realização da ação de comunicação.
<b>Qual o padrão*</b>	Tendo em vista os custos envolvidos, sugere-se como parâmetro a realização de pesquisa para campanhas que envolvam recursos a partir de R\$ 10 milhões [produção + mídia].
	Diante das particularidades de cada tipo de ação publicitária (objetivos estratégicos de comunicação, volume de recursos, público-alvo, tempo de realização da ação etc.), bem como do próprio método (qualitativo), sugere-se a atribuição de conceitos que materializarão o resultado final na pesquisa (não apropriado, parcialmente apropriado, apropriado, superou).

Fonte: Secom/CC/PR

Tabela 47 – Indicadores de Eficácia – Pós-teste

Pesquisas Pós de Mensagens Publicitárias	
<b>O que medir</b>	Nível de lembrança*, entendimento, grau de assimilação da mensagem e conceito e mudanças de comportamento resultante da ação.
<b>Como medir</b>	Realizar pesquisas qualitativas e/ou quantitativas. Análise comparativa entre os resultados obtidos com a pesquisa e os objetivos estratégicos do esforço de comunicação.
<b>Quando medir</b>	Após a realização de ação de comunicação.
<b>Qual o padrão**</b>	Tendo em vista os custos envolvidos, sugerimos como parâmetro a realização de pesquisa para campanhas que envolvam recursos a partir de R\$ 20 milhões. [produção + veiculação]
	Diante das particularidades de cada tipo de ação publicitária (objetivos de comunicação, volume de recursos, público-alvo, tempo de realização da ação etc.), bem como do próprio método (qualitativo), sugere-se a atribuição de conceitos que materializarão o resultado final da pesquisa (não atendeu, atendeu parcialmente, atendeu, superou).

Fonte: Secom/CC/PR – \*Trata-se de pesquisa qualitativa e, portanto, deverá apenas apontar níveis espontâneos de lembrança. Ou seja, não deverá ser considerada como recall da campanha por não tratar-se de pesquisa quantitativa.

O indicador “Alcance e Frequência de Mídia - TV e Internet”, relacionado ao objetivo de ampliar a efetividade das ações de comunicação do Governo Federal, mede o percentual de ações publicitárias que tiveram índice de cobertura e frequência maior ou igual a 90% do planejado.

Tabela 48 – Indicador de Eficiência – Alcance e Frequência

Alcance e Frequência da Mídia (TV)	
<b>O que medir</b>	O alcance/cobertura e frequência do plano de mídia da campanha publicitária, nos mercados com checagem de veiculação.

<b>Como medir</b>	Comparar o plano de mídia* proposto com o realizado, utilizando os recursos de checagem apresentados pelas agências de propaganda que prestam serviço para Secom/CC/PR.
<b>Quando medir</b>	A cada campanha publicitária priorizada.
<b>Qual o padrão**</b>	Sugere-se como padrão atingir, no mínimo, 90% do alcance e frequência inicialmente prevista no planejamento de mídia, para campanhas que envolvam recursos a partir de R\$ 10 milhões [produção + mídia].

Fonte: Secom/CC/PR – \* para efeito de avaliação, serão considerados: Índices de Frequência: numero de exposição dos comerciais; Índices de Alcance: percentual de cobertura do público-alvo.

Os resultados dos indicadores e “Pré-teste e Pós-teste” e “Alcance e Frequência” aplicados em 2016 constam dos relatórios de avaliação que constituem os Anexos II a VII deste Relatório de Gestão.

### 2.3.2 Obrigações assumidas sem respectivo crédito autorizado no orçamento

A Secom/CC/PR não possui obrigações assumidas sem respectivo crédito autorizado no orçamento no exercício de 2016.

### 2.3.3 Restos a pagar de exercícios anteriores

Quadro A.2.3.3 (1) – Restos a pagar

Restos a Pagar Processados e Restos a Pagar não Processados Liquidados					
Ano de Inscrição	Montante em 1º de janeiro do ano 2016	Pagos		Cancelados	Saldo a pagar 31/12 do ano 2016
	(a)	(b)	(c)	(d) = (a-b-c)	
2015	346,99	0,00	346,99	0,00	
Restos a Pagar Não Processados					
Ano de Inscrição	Montante em 1º de janeiro do ano 2016	Liquidados	Pagos	Cancelados	Saldo a pagar 31/12 do ano 2016
	(e)	(f)	(g)	(h)	(i) = (e-g-h)
2013	3.880.119,51	15.492,41	15.492,41	106.560,00	3.758.067,10
2014	13.691.381,36	4.912.127,39	4.699.223,39	-	8.992.157,97
2015	115.075.554,21	105.761.381,42	105.761.381,42	0,95	9.314.171,84
<b>Total</b>	<b>132.647.055,08</b>	<b>110.689.001,22</b>	<b>110.476.097,22</b>	<b>106.560,95</b>	<b>22.064.396,91</b>

Fonte: Tesouro Gerencial

O montante acima representa os valores empenhados com orçamento próprio, excluindo-se o valor de R\$ 7,9 milhões, recebido por meio de Termos de Execução Descentralizada – TED's de outros Órgãos da administração direta.

A permanência do saldo inscrito em restos a pagar decorre da dinâmica do processo de liquidação das despesas, que envolve extenso cadastro de veículos de divulgação, e de dificuldades das agências em obter a devida comprovação das veiculações para encaminhamento dos documentos para liquidação e pagamento. Como as despesas só são liquidadas após o recebimento da documentação comprobatória dos

serviços prestados, valores significativos são inscritos e reinscritos em Restos a Pagar Não Processados.

A natureza das despesas com publicidade e a tipicidade de seus contratos, em que as agências também contratam serviços complementares à criação e à compra de espaços e/ou tempos em veículos de divulgação, por conta e ordem do anunciante, no caso a União (Secom/CC/PR), somada à política de governo de regionalização da mídia, fazem com que o processo de pagamento dos serviços prestados se estenda por longo prazo.

Sendo assim, os empenhos relativos aos contratos com as agências de propaganda, tendo em vista a apresentação tardia da documentação de cobrança pelas razões supracitadas, necessitam ser mantidos, uma vez que tais documentos podem ser apresentados a qualquer momento pelos credores.

## 2.3.4 Informações sobre a execução das despesas

Quadro A.2.3.4 (1) – Despesas por Modalidade de Contratação

Modalidade de Contratação	Despesa executada				Despesa paga			
	2016	%	2015	%	2016	%	2015	%
1. Modalidade de Licitação (a+b+c+d+e+f+g)	236.602.358,32	84,6	242.439.480,01		236.602.358,32	84,6	242.439.480,01	
a) Convite	-	-	-	-	-	-	-	-
b) Tomada de Preços	-	-	-	-	-	-	-	-
c) Concorrência	235.433.710,32	84,2	241.350.382,01	80,1	173.444.726,16	85,4	165.678.652,62	92,9
d) Pregão	1.168.648,00	0,4	1.089.098,00	0,4	1.168.648,00	0,6	856.918,00	0,6
e) Concurso	-	-	-	-	-	-	-	-
f) Consulta	-	-	-	-	-	-	-	-
g) Regime Diferenciado de Contratações Públicas	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Contratações Diretas (h+i)	-	-	-	-	-	-	-	-
h) Dispensa	42.268.215,00	15,3	58.261.893,53	19,3	27.842.229,56	13,7	11.115.580,38	6,2
i) Inexigibilidade	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Regime de Execução Especial	-	-	-	-	-	-	-	-
j) Suprimento de Fundos	-	-	-	-	-	-	-	-
4. Pagamento de Pessoal (k+l)	-	-	-	-	-	-	-	-
k) Pagamento em Folha	-	-	-	-	-	-	-	-
l) Diárias	-	-	-	-	-	-	-	-
5. Outros	501.381,85	0,1	615.182,13	0,2	501.381,85	0,3	608.270,46	0,3
6. Total das Despesas acima (1+2+3+4)	279.371.955,17	100	301.316.555,67	100	202.956.985,57	100	178.259.421,46	100

Fonte: Tesouro Gerencial

Na modalidade de licitação “Concorrência”, a despesa executada e paga engloba tanto os valores previstos no orçamento da Secom/CC/PR, quanto os recebidos de outros Órgãos, por meio de Termos de Execução Descentralizada – TED. Além disso, cabe ressaltar que o volume de créditos descentralizados pela Secretaria em 2016 foi superior ao de 2015, o que justifica a menor execução no exercício.

Já na modalidade por “dispensa”, o corte expressivo no valor destinado à ação 2675 – Comunicação e Transmissão de Atos e Fatos do Governo Federal obstou a execução plena do contrato com a Empresa Brasil de Comunicação – EBC, resultando na redução da execução de 2016, quando comparado ao exercício anterior.

Quadro A.2.3.4 (2) – Despesas Correntes por grupo e elemento de despesa

Grupos de Despesa	Despesas Correntes							
	Empenhada		Liquidação		RP não processados		Valores Pagos	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
<b>1. Despesas de Pessoal</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
Nome do elemento de despesa	-	-	-	-	-	-	-	-
Demais elementos do grupo	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>2. Juros e Encargos da Dívida</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
Nome do elemento de despesa	-	-	-	-	-	-	-	-
Demais elementos do grupo	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3. Outras Despesas Correntes</b>	279.371.955,17	301.316.902,66	202.956.985,57	178259768,45	76.414.969,6	123.057.134,21	202.955.603,72	178.259.421,46
<b>39 – Outros serviços de terceiros – PJ</b>	267.382.216,38	286.786.560,53	192.688.213,66	168.570.300,31	74.694.002,72	118.216.260,22	192.688.213,66	168.569.953,32
<b>35 – Serviço de consultoria</b>	11.988.356,94	14.515.160,00	10.267.390,06	9.681.197,68	1.720.966,88	4.833.962,32	10.267.390,06	9.681.197,68
Demais elementos do Grupo	1.381,85	15.182,13	1.381,85	8.270,46	-	6.911,67	-	8.270,46
Despesas de Capital								
Grupos de Despesa	Empenhada		Liquidação		RP não Processados		Valores Pagos	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
<b>4. Investimentos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>5. Inversões Financeiras</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>6. Amortização da Dívida</b>	-	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Tesouro Gerencial

Assim como no quadro anterior, o quadro “Despesas por grupo e elemento de despesa” também engloba os montantes recebidos por meio de Termos de Execução Descentralizada – TED. É importante salientar que, no Relatório de Gestão 2015, os critérios de pesquisa utilizados nas consultas gerenciais ficaram restritos ao orçamento sob gestão da SECOM.

### 2.3.5 Suprimento de Fundos, contas bancárias tipo B e cartões e pagamento do Governo Federal

Não se aplica.

### 2.3.6 Desempenho Operacional

As informações sobre o desempenho operacional foram descritas nos itens anteriores.

## 3 GOVERNANÇA

### 3.1 Atividades de Correição e de apuração de ilícitos administrativos

Na seara correicional, a unidade está sujeita ao controle da Secretaria de Controle Interno – Ciset/PR, por meio da Coordenação-Geral de Correição, a quem compete, por força do inciso XII, do Art. 28 do Decreto nº 8.579, de 26 de novembro de 2015, supervisionar, acompanhar e orientar tecnicamente as unidades pertencentes à Presidência e Vice-Presidência da República.

Importa salientar que inobstante a existência do referido órgão de correição no âmbito da Ciset/PR, em nada altera a competência originária desta Unidade Jurisdicionada gestora quanto à instauração de procedimentos apuratórios, tendo em vista o que dispõe o Art. nº 143 da Lei 8.112/90 ou legislação equivalente. No exercício de 2016 não foram deflagrados procedimentos apuratórios.

### 3.2 Gestão de Riscos e Controles Internos

Diante da necessidade de aprimoramento contínuo de processos e de definição de metodologia para avaliação de riscos, foi realizada a contratação do Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Pública – Publix (Contato nº 04/2015), para modelagem de processos organizacionais, por meio da adesão à Ata de Registro de preços nº 03/2014 do então Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. No escopo das atividades de mapeamento de processos foi contemplado diagnóstico de riscos, nível de impacto, identificação e a probabilidade de ocorrência, bem como a adoção de medidas de mitigação.

Assim como no quadro anterior, o quadro “Despesas por grupo e elemento de despesa” também engloba os montantes recebidos por meio de Termos de Execução Descentralizada – TED. É importante salientar que, no Relatório de Gestão 2015, os critérios de pesquisa utilizados nas consultas gerenciais ficaram restritos ao orçamento sob gestão da SECOM.

### 2.3.5 Suprimento de Fundos, contas bancárias tipo B e cartões e pagamento do Governo Federal

Não se aplica.

### 2.3.6 Desempenho Operacional

As informações sobre o desempenho operacional foram descritas nos itens anteriores.

## 3 GOVERNANÇA

### 3.1 Atividades de Correição e de apuração de ilícitos administrativos

Na seara correicional, a unidade está sujeita ao controle da Secretaria de Controle Interno – Ciset/PR, por meio da Coordenação-Geral de Correição, a quem compete, por força do inciso XII, do Art. 28 do Decreto nº 8.579, de 26 de novembro de 2015, supervisionar, acompanhar e orientar tecnicamente as unidades pertencentes à Presidência e Vice-Presidência da República.

Importa salientar que inobstante a existência do referido órgão de correição no âmbito da Ciset/PR, em nada altera a competência originária desta Unidade Jurisdicionada gestora quanto à instauração de procedimentos apuratórios, tendo em vista o que dispõe o Art. nº 143 da Lei 8.112/90 ou legislação equivalente. No exercício de 2016 não foram deflagrados procedimentos apuratórios.

### 3.2 Gestão de Riscos e Controles Internos

Diante da necessidade de aprimoramento contínuo de processos e de definição de metodologia para avaliação de riscos, foi realizada a contratação do Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Pública – Publix (Contato nº 04/2015), para modelagem de processos organizacionais, por meio da adesão à Ata de Registro de preços nº 03/2014 do então Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. No escopo das atividades de mapeamento de processos foi contemplado diagnóstico de riscos, nível de impacto, identificação e a probabilidade de ocorrência, bem como a adoção de medidas de mitigação.

Foram mapeados cinco processos críticos com identificação e avaliação de riscos, com proposição de ações mitigadoras e pontos de melhoria aos processos: “Administração de Contratos”, “Contratação”, “Financeiro e Orçamentário”, “Planejamento e Desenvolvimento de Campanhas” e “Mídia”.

## 4 ÁREAS ESPECIAIS DE GESTÃO

### 4.1 Gestão de Pessoas

Por força do Decreto nº 7.442, de 17 de fevereiro de 2011, e do Decreto nº 8.579, de 26 de novembro de 2015, a competência de supervisionar e executar as atividades administrativas de pessoal, orçamentário-financeira, operacional, contábil e patrimonial da Presidência da República, bem como de avaliar a ação governamental e o resultado da gestão dos administradores, no âmbito dos órgãos integrantes da Presidência da República, cabe à Secretaria de Administração da Secretaria-Geral da Presidência da República. Os quadros apresentados a seguir foram obtidos junto à Diretoria de Gestão de Pessoas (DIGEP) da referida Pasta, à exceção das informações sobre a contratação de mão de obra para atividades não abrangidas pelo plano de cargos, as quais foram fornecidas pela Diretoria de Recursos Logísticos (DILOG) da Secretaria de Administração da Presidência da República.

#### 4.1.1 Estrutura de pessoal da UPC

##### 4.1.1.1 Força de Trabalho

Quadro A.4.1.1.1 – Força de Trabalho da Secretaria Especial de Comunicação

Tipologias dos Cargos	Lotação		Ingressos no Exercício	Egressos no Exercício
	Autorizada	Efetiva		
1. Servidores em Cargos Efetivos (1.1 + 1.2)	1	160	76	50
1.1. Membros de poder e agentes políticos	1	1	1	0
1.2. Servidores de Carreira (1.2.1+1.2.2+1.2.3+1.2.4)	0	159	75	50
1.2.1. Servidores de carreira vinculada ao órgão	0	0	0	0
1.2.2. Servidores de carreira em exercício descentralizado	0	2	0	0
1.2.3. Servidores de carreira em exercício provisório	0	1	0	1
1.2.4. Servidores requisitados de outros órgãos e esferas	0	156	75	49
2. Servidores com Contratos Temporários	0	0	0	0
3. Servidores sem Vínculo com a Administração Pública	0	64	32	31
<b>4. Total de Servidores (1+2+3)</b>	<b>1</b>	<b>224</b>	<b>108</b>	<b>81</b>

Fonte: Sistema Integrado de Administração de Recursos Humanos – SIAPE

Foram mapeados cinco processos críticos com identificação e avaliação de riscos, com proposição de ações mitigadoras e pontos de melhoria aos processos: “Administração de Contratos”, “Contratação”, “Financeiro e Orçamentário”, “Planejamento e Desenvolvimento de Campanhas” e “Mídia”.

## 4 ÁREAS ESPECIAIS DE GESTÃO

### 4.1 Gestão de Pessoas

Por força do Decreto nº 7.442, de 17 de fevereiro de 2011, e do Decreto nº 8.579, de 26 de novembro de 2015, a competência de supervisionar e executar as atividades administrativas de pessoal, orçamentário-financeira, operacional, contábil e patrimonial da Presidência da República, bem como de avaliar a ação governamental e o resultado da gestão dos administradores, no âmbito dos órgãos integrantes da Presidência da República, cabe à Secretaria de Administração da Secretaria-Geral da Presidência da República. Os quadros apresentados a seguir foram obtidos junto à Diretoria de Gestão de Pessoas (DIGEP) da referida Pasta, à exceção das informações sobre a contratação de mão de obra para atividades não abrangidas pelo plano de cargos, as quais foram fornecidas pela Diretoria de Recursos Logísticos (DILOG) da Secretaria de Administração da Presidência da República.

#### 4.1.1 Estrutura de pessoal da UPC

##### 4.1.1.1 Força de Trabalho

Quadro A.4.1.1.1 – Força de Trabalho da Secretaria Especial de Comunicação

Tipologias dos Cargos	Lotação		Ingressos no Exercício	Egressos no Exercício
	Autorizada	Efetiva		
1. Servidores em Cargos Efetivos (1.1 + 1.2)	1	160	76	50
1.1. Membros de poder e agentes políticos	1	1	1	0
1.2. Servidores de Carreira (1.2.1+1.2.2+1.2.3+1.2.4)	0	159	75	50
1.2.1. Servidores de carreira vinculada ao órgão	0	0	0	0
1.2.2. Servidores de carreira em exercício descentralizado	0	2	0	0
1.2.3. Servidores de carreira em exercício provisório	0	1	0	1
1.2.4. Servidores requisitados de outros órgãos e esferas	0	156	75	49
2. Servidores com Contratos Temporários	0	0	0	0
3. Servidores sem Vínculo com a Administração Pública	0	64	32	31
<b>4. Total de Servidores (1+2+3)</b>	<b>1</b>	<b>224</b>	<b>108</b>	<b>81</b>

Fonte: Sistema Integrado de Administração de Recursos Humanos – SIAPE

#### 4.1.1.2 Distribuição da lotação efetiva

Quadro A.4.1.1.2 – Lotação Efetiva

Tipologias dos Cargos	Lotação Efetiva	
	Área Meio	Área Fim
1. Servidores de Carreira (1.1)	17	142
1.1. Servidores de Carreira (1.2.1+1.2.2+1.2.3+1.2.4)	17	142
1.1.2. Servidores de carreira vinculada ao órgão	0	0
1.1.3. Servidores de carreira em exercício descentralizado	0	2
1.1.4. Servidores de carreira em exercício provisório	0	1
1.1.5. Servidores requisitados de outros órgãos e esferas	17	139
2. Servidores com Contratos Temporários	0	0
3. Servidores sem Vínculo com a Administração Pública	8	56
<b>4. Total de Servidores (1+2+3)</b>	<b>25</b>	<b>198</b>

Observação: Incluiu-se na área meio o Departamento de Gestão da Secretaria de Gestão e Controle da Secretaria Especial de Comunicação Social da Casa Civil.

Fonte: SIAPE

#### 4.1.1.3 Detalhamento da estrutura de cargos em comissão e funções gratificadas

Quadro A.4.1.1.3 – Detalhamento da estrutura

Tipologias dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas	Lotação		Ingressos no Exercício	Egressos no Exercício
	Autorizada	Efetiva		
1. Cargos em Comissão	152	146	65	49
1.1. Cargos Natureza Especial	1	1	1	0
1.2. Grupo Direção e Assessoramento Superior	151	145	64	49
1.2.1. Servidores de Carreira Vinculada ao Órgão	0	0	0	0
1.2.2. Servidores de Carreira em Exercício Descentralizado	0	1	0	0
1.2.3. Servidores de Outros Órgãos e Esferas	0	80	33	20
1.2.4. Sem Vínculo	0	60	31	29
1.2.5. Aposentados	0	4	0	0
2. Funções Gratificadas	106	65	24	19
2.1. Servidores de Carreira Vinculada ao Órgão	0	0	0	0
2.2. Servidores de Carreira em Exercício Descentralizado	0	0	0	0
2.3. Servidores de Outros órgãos e Esferas	0	65	24	19
<b>3. Total de Servidores em Cargo e em Função (1+2)</b>	<b>258</b>	<b>211</b>	<b>89</b>	<b>68</b>

Fonte: PES – sistema de pessoal da PR

Observação: No Grupo de Direção e Assessoramento Superior, estão presentes os servidores ocupantes de DAS e de FCPE. Nos dados das colunas de Ingresso e Egresso, mostra a transferência da Secom/CC/PR, que deixa de ser um órgão essencial da PR e passa a ser um órgão singular da Casa Civil pela Lei nº 13.324/2016 e pelo Decreto nº 8.889/2016.

#### 4.1.2 Demonstrativo das Despesas com Pessoal

Quadro A.4.1.2 – Despesas do pessoal – Secretaria Especial de Comunicação Social da Casa Civil

Tipologia	Vencimentos e Vantagens Fixas	Despesas Variáveis							Despesas de Exercícios Anteriores	Decisões Judiciais	Total
		Retribuições	Gratificações	Adicionais	Indenizações	Benefícios Assistenciais e Previdenciários	Demais Despesas Variáveis				
Membros de poder e agentes políticos	92.804,10	-	-	-	1.459,00	-	-	-	-	-	94.263,10
Servidores de carreira vinculados ao órgão da unidade	30.075,68	-	65.209,06	2.366,70	7.392,37	-	-	-	-	-	105.043,81
Servidores de carreira SEM VÍNCULO com o órgão da unidade	-	3.047.254,97	1.046.444,99	140.225,72	212.376,60	17.235,89	-	514,21	-	-	4.464.052,38
Servidores SEM VÍNCULO com a administração pública (exceto temporários)	5.654.724,12	41.430,10	479.638,92	100.577,08	1.039.378,77	76.410,24	-	9.477,36	-	-	7.401.636,59
Servidores cedidos com ônus	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servidores com contrato temporário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Ano Base: 2016

Fonte: Siape

#### 4.1.3 Contratação de estagiários

Quadro A.4.1.3 Composição do quadro de estagiários dos órgãos da Secom/CC/PR em 2016

Nível de escolaridade	Contratos de estágio vigentes*				Despesa no exercício
	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	
<b>1.1 Área Fim</b>	3	4	5	7	R\$ 34.187,68
<b>1.2 Área Meio</b>	-	-	-	-	-
<b>2. Total</b>	3	4	5	7	R\$ 34.187,68

\*Quantitativo de contratos de estágio para Nível Superior vigentes (mês com maior número de estagiários).

#### 4.1.4 Contratação de consultores com base em projetos de cooperação técnica com organismos internacionais

A Secom/CC/PR, em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco e sob supervisão da Agência Brasileira de Cooperação Técnica-ABC, firmou em 2014, o Projeto de Capacitação para o Aprimoramento da Comunicação Governamental.

O Projeto tem por objetivo contribuir para melhoria da eficiência, eficácia e efetividade da comunicação do governo com a sociedade, a partir da apropriação do conhecimento de órgãos e entidades que desenvolveram experiências inovadoras e casos de sucesso na área de comunicação governamental, principalmente no âmbito internacional.

A Secretaria definiu como principais atividades a serem desenvolvidas: melhores práticas em comunicação governamental, mapeamento das competências e trilhas de capacitação de forma a contribuir com os processos de trabalho das assessorias de comunicação do Sicom. Para isso, foram contrados seis consultores, na modalidade produto, para identificar boas práticas e experiências bem sucedidas em comunicação governamental, mapear modelos e melhores práticas nas áreas de atuação do governo brasileiro, realizar estudos sobre os casos de sucesso e melhores práticas de comunicação social nos programas e políticas públicas do Governo Federal. Nessa primeira etapa de contratação foram contempladas as áreas de pesquisa de opinião, patrocínio, publicidade, comunicação integrada e imprensa.

Na contratação dos consultores, foram priorizadas as áreas de patrocínio, publicidade, imprensa, comunicação digital, comunicação integrada e pesquisa de opinião pública.

Os consultores foram selecionados a partir de critérios técnicos que levaram em consideração experiência, familiaridade com o tema, alinhamento com os objetivos do Projeto, demonstração de entendimento das frentes de atuação da Secretaria e disponibilidade.

As despesas relacionadas ao Projeto estão descritas na tabela a seguir:

Tabela 49 – Despesas Contratação de Consultores Unesco

Linha Orçamentária	Valor Alocado	Valor Comprometido	%	Realizados I	Realizados II	Total Realizados	%	Comprometidos e Não Realizados	Disponível para Compromissos	%
	A	B	B/A	2015	2016	C = I +II	C/B	D	E = A - B	E/A
1. Gastos com pessoal	329.760,00	-	-	-	-	-	-	-	329.760,00	100,00
- consultores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- pessoal de projeto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- passagens	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Subcontratos	2.150.000,00	476.450,11	22,16	2.433,70	294.016,41	296.450,11	62,22	180.000,00	1.673.549,89	77,84
3. Treinamentos	180.300,00	-	-	-	-	-	-	-	180.300,00	100,00
4. Equipamentos e instalações	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. Outros gastos	5.991,11	-	-	5,55	(5,55)	-	-	-	5.991,11	100,00
Sub-total	2.666.051,11	476.450,11	17,87	2.439,25	294.010,86	296.450,11	62,22	180.000,00	2.189.601,00	82,13
8. Custo de gestão	133.302,56	23.822,51	17,87	121,96	14.700,54	14.822,51	62,22	9.000,00	109.480,05	82,13
Total	2.799.353,67	500.272,62	17,87	2.561,21	308.711,40	311.272,62	62,22	189.000,00	2.299.081,05	82,13

Fonte: Unesco

Importante ressaltar que não há variação cambial no fluxo financeiro. Os valores são depositados em reais e executados em reais (moeda brasileira); o valor depositado rende juros e correções (rendimentos de aplicação financeira) que são incorporados ao Projeto para fins de sua execução.

#### 4.1.5 Outras informações

As informações referentes à “Gestão de riscos relacionados ao pessoal”, demais informações sobre “Contratação de pessoal de apoio e estagiários”, a declaração sobre a gestão de bens e renda de todos servidores da PR, que são incumbidos de mostrá-la, bem como a “Análise crítica da estrutura de pessoal da unidade” constarão do Relatório de Gestão 2016 da Casa Civil da Presidência da República – CC/PR.

As informações disponibilizadas no item 4.1.1 a 4.1.3 foram fornecidas pela Diretoria de Gestão de Pessoas da Secretaria de Administração da Secretaria Geral – Digep/SA/SG.

### 4.2 Gestão de patrimônio e infraestrutura

Não se aplica.

### 4.3 Gestão da Tecnologia da Informação – Sistemas de Apoio à Gestão

A Secom/CC/PR é atendida prioritariamente pela Diretoria de Tecnologia da Presidência da República – Ditec a quem se vincula no que se refere ao Plano Estratégico de TI – Peti e Plano Diretor de TI e Comunicações – PDTIC, participando do Comitê Gestor de TI - CGTI da referida diretoria.

Os seguintes sistemas computacionais estão diretamente relacionados aos macroprocessos finalísticos e objetivos estratégicos da Secretaria:

- Sisac – Sistema de gestão das ações de comunicação / Patrocínio

Função: possibilitar o trânsito de informações de ações de comunicação (projetos de patrocínio) entre órgãos do Sicom e Secom/CC/PR e possibilitar a avaliação das mesmas. Permite a gestão do *workflow*, das ações e das reuniões do Comitê de Patrocínio.

- SisacGer – Sistema de informações gerenciais do Sisac

Função: permitir o acesso pela Secom/CC/PR a informações gerenciais referentes às ações de patrocínio. Desenvolvido em plataforma própria.

- OPERAWeb – Sistema contingencial de recebimento de informações dos

## órgãos do Sicom

Foi descontinuado em 2014, sendo substituído por Siref, Sisac e Midiaweb.

- GestaoSecom – Portal de gestão das operações da Secom/CC/PR e de envio de informações do Sicom para a Secom/PR

Função: disponibiliza uma plataforma única para a gestão de informações de comunicação do Governo Federal no que se refere às ações próprias de comunicação (Publicidade, Rádiodifusão, etc) da Secretaria e ao envio de informações e avaliação de conformidade de ações de patrocínio e publicidade do Sicom.

- Siref – Sistema de informação de referências de custos de publicidade

Função: permitir o acesso pelos órgãos do Sicom às informações de referências de preço de produção publicitária praticados pelos anunciantes do Governo Federal, encaminhadas para composição de base de dados destinada à consulta e apoio aos processos de execução dos contratos de propaganda. Contempla, em síntese, informações do Plano Anual de Comunicação – PAC, cadastro de fornecedores de produção publicitária do Sicom, envio e aprovação de informações de contratações de conteúdo e de dados de produção publicitária, consulta de referências de custos de produção publicitária contratados pelo Sicom. Faz parte da plataforma GestaoSecom. Em 2016 foram desenvolvidas e implantadas rotinas que permitiram a melhoria do cruzamento de informações do PAC, alterada a forma de tratar a análise de conteúdo de uma ação com impactos no *workflow* e realizadas melhorias de segurança.

- SirefGer – Módulo gerencial do Siref / cadastro de fornecedores

Função: implementado em 2016, permite a geração de relatórios de cruzamento de informações cadastrais e fiscais sobre trios de fornecedores cotados para realização de serviços de produção publicitária, permitindo ampliar a análise de regularidade e gestão de risco operacional nas contratações pelos responsáveis.

- Midiacad – Cadastro de veículos para atendimento ao Sicom

Função: criar um cadastro nacional de veículos de comunicação e de divulgação que permita ao Governo Federal a contínua melhoria no processo de regionalização da comunicação publicitária, com racionalização de custos e ampliação da eficiência e padronização do planejamento de mídia. Contempla informações cadastrais dos veículos e progressivamente as informações de parâmetros de custos negociados. Faz

parte da plataforma GestaoSecom. Em 2016, foram implementadas melhorias na composição dos dados cadastrais de veículos de internet, tablet, celulares, rádios, na importação de dados do Instituto de Verificador de Comunicação – IVC, gestão de negócios etc. Iniciou-se também integração do Midiacad com a Receita Federal do Brasil – RFB, para acesso ao cadastro de Pessoa Jurídica daquela entidade. Esse processo foi interrompido em razão da intenção da Secom/CC/PR em estabelecer convênio ou cessão da gestão/operacionalização da base de dados que compõe o cadastro de veículos à entidade externa.

- **MidiacadGer – Módulo gerencial do Midiacad**

Função: implementado em 2015, permite o acesso da Secom/CC/PR a informações gerenciais referentes ao cadastro de veículos de comunicação e divulgação. Em 2016, o módulo foi migrado para o GestaoSecomGer.

- **Midiaweb – Sistema de informação e aprovação de ações de mídia do Sicom**

Função: gerir o envio de informações de planejamento e compra de espaços publicitários e a consequente avaliação de conformidade pela Secom/CC/PR das ações propostas quanto a critérios técnicos de mídia estabelecidos em instruções normativas da Secretaria. O sistema integra a plataforma GestaoSecom. Em 2016, foram implementadas várias melhorias tais como a gestão de patrocínios e projetos de mídia, bem como a realização de ações em moedas estrangeiras.

- **MidiawebGer – Módulo gerencial do Midiaweb**

Função: implementado em 2015, permite o acesso da Secom/CC/PR a informações gerenciais da aprovação das propostas de ações de mídia encaminhadas pelos órgãos do Sicom via Midiaweb. Em 2016, o módulo foi migrado para o GestaoSecomGer.

- **Secomweb – Sistema de gestão da contratação da publicidade da Secom/CC/PR**

Função: controlar a execução contratual do processo de publicidade da Secretaria, nas dimensões orçamentária, demanda, criação, produção, mídia, liquidação e pagamento. Funciona em plataforma própria e está prevista sua migração para o GestaoSecom. Em 2016, teve todo o fluxo de autorização de produção publicitária revisto frente ao novo Manual de Procedimentos de Ações de Publicidade. Foram implementadas melhorias, como a marcação de *checking* terceirizado para o meio internet, promovida alteração de infraestrutura do projeto para atender a requisitos de segurança

conforme orientações da Coordenação de Centro de Dados da Diretoria de Tecnologia da Secretaria de Administração - Coded/Ditec/AS. Foi iniciada também adequação do projeto ao Decreto Lei nº 8.539/2015 que dispõe sobre o uso do meio eletrônico para a realização do processo administrativo no âmbito dos órgãos e das entidades da administração pública federal direta, autárquica e fundacional.

- **SecomwebGer – Sistema de informações gerenciais do Secomweb**

Função: facilitar a liberação de informações para o contrato de publicidade em todas as suas dimensões. Faz parte da plataforma GestaoSecom. Em 2016, foram criados vários relatórios novos como demandas por empenho, demandas por agências e faturamento etc.
- **Sistema de Controle Orçamentário**

Função: controlar os contratos e valores lançados em todos os contratos de serviços de comunicação firmados pela Secom/CC/PR, suas vigências, empresas contratadas/agências e empenhos. Será utilizado por todos os sistemas que controlam contratos no âmbito da Secretaria. Faz parte da plataforma GestaoSecom. Em 2016, foi colocado em produção novo sistema de restrições de segurança que atende aos projetos Liquidação e Sistema de Gestão de Execução Contratual – SEC.
- **Sistema de Liquidação**

Função: permite o controle centralizado de toda a liquidação e pagamentos de contratos da Secom/CC/PR. Em 2016, foi adaptado para se integrar ao SEC permitindo o controle de uma Ordem de Serviço - OS do início ao fim. Atualmente, encontra-se com três contratos implantados: Rádiodifusão, ARP no Exterior e Comunicação Digital.
- **Sec – Sistema de gestão de execução contratual**

Função: sistema que administra a execução contratual dos contratos firmados com empresas de comunicação, exceto o contrato de publicidade. Em 2016, entrou em produção abrangendo todas as etapas de execução do contrato de Relações Públicas no Exterior (contrato 01/2015) e do contrato de Transmissão de Atos e Fatos (contrato 02/2014) de forma parcial.
- **Publicidade**

Função: substituirá, em conjunto com o sistema de Orçamento e Liquidação e pagamentos, o SecomWeb. Faz parte da plataforma GestaoSecom. Já foram desenvolvidos os módulos de gestão de demandas, seleção de

agências, recursos complementares, aprovação de conteúdo/peças e aprovação de serviços de produção. O desenvolvimento do módulo de gestão da mídia está paralisado. Demandará revisão de fluxo de processo e adaptação ao Decreto 8539/2015 e disponibilidade de execução junto ao contrato Serpro.

A Secretaria também utilizou contratos firmados e geridos pela Diretoria de Tecnologia (Ditec) da Secretaria de Administração da Secretaria-Geral da Presidência da República. As informações relativas ao controle e gestão desses contratos são de competência da Ditec.

#### **4.4 Gestão ambiental e sustentabilidade**

A Secom/CC/PR participa em parceria com a Secretaria de Administração da Presidência da República do Programa Agenda Ambiental, por meio do Projeto Coleta Seletiva Solidária em consonância com o Decreto 5.940/2006. O Projeto da Coleta Seletiva Solidária, já atendeu, desde 2012, a três cooperativas, beneficiando 76 famílias de catadores. Entre o material fornecido pela Secretaria estão papéis e cartuchos de impressoras vazios. Também realizou gestão junto à Coordenação Geral de Licitações e Contratos da Diretoria de Logística da Secretaria de Administração - Colic/Dilog/SA, para adotar critérios de sustentabilidade ambiental na realização dos certames licitatórios que tenha como destinatário a Secom/CC/PR, para os casos em que seja aplicável o procedimento estabelecido pela IN SLTI/MPOG nº 01/2010.

Além disso, a publicação da “Mensagem ao Congresso Nacional 2016” foi produzida apenas em meio digital (*pencard*), não tendo sido impressa em papel como acontecia anteriormente, representando redução de aproximadamente seis toneladas de consumo de papel para impressão.

Diversas contrapartidas sociais e de sustentabilidade foram desenvolvidas por meio das ações de comunicação patrocinadas em 2016, tais como compensação do gás carbônico gerado para a realização do projeto; palestras abertas à comunidade com temas ligados a saúde, alimentação, esporte e bem estar; doação de mudas de plantas para o público e, exibição de vídeo ou distribuição de folheto, de campanha publicitária com orientações sobre temas relevantes como o combate ao Aedes aegypti.

### **5 RELACIONAMENTO COM A SOCIEDADE**

#### **5.1 Canais de acesso ao cidadão**

No âmbito da Lei de Acesso à Informação, o Serviço de Informação ao Cidadão do Palácio do Planalto (SIC – PP) encaminhou à Secom/CC/PR 369 solicitações de acesso à informação, incluídas as pertinentes ao Gabinete Pessoal – GP do presidente da República, que tiveram o tratamento demonstrado na tabela abaixo.

agências, recursos complementares, aprovação de conteúdo/peças e aprovação de serviços de produção. O desenvolvimento do módulo de gestão da mídia está paralisado. Demandará revisão de fluxo de processo e adaptação ao Decreto 8539/2015 e disponibilidade de execução junto ao contrato Serpro.

A Secretaria também utilizou contratos firmados e geridos pela Diretoria de Tecnologia (Ditec) da Secretaria de Administração da Secretaria-Geral da Presidência da República. As informações relativas ao controle e gestão desses contratos são de competência da Ditec.

#### **4.4 Gestão ambiental e sustentabilidade**

A Secom/CC/PR participa em parceria com a Secretaria de Administração da Presidência da República do Programa Agenda Ambiental, por meio do Projeto Coleta Seletiva Solidária em consonância com o Decreto 5.940/2006. O Projeto da Coleta Seletiva Solidária, já atendeu, desde 2012, a três cooperativas, beneficiando 76 famílias de catadores. Entre o material fornecido pela Secretaria estão papéis e cartuchos de impressoras vazios. Também realizou gestão junto à Coordenação Geral de Licitações e Contratos da Diretoria de Logística da Secretaria de Administração - Colic/Dilog/SA, para adotar critérios de sustentabilidade ambiental na realização dos certames licitatórios que tenha como destinatário a Secom/CC/PR, para os casos em que seja aplicável o procedimento estabelecido pela IN SLTI/MPOG nº 01/2010.

Além disso, a publicação da “Mensagem ao Congresso Nacional 2016” foi produzida apenas em meio digital (*pencard*), não tendo sido impressa em papel como acontecia anteriormente, representando redução de aproximadamente seis toneladas de consumo de papel para impressão.

Diversas contrapartidas sociais e de sustentabilidade foram desenvolvidas por meio das ações de comunicação patrocinadas em 2016, tais como compensação do gás carbônico gerado para a realização do projeto; palestras abertas à comunidade com temas ligados a saúde, alimentação, esporte e bem estar; doação de mudas de plantas para o público e, exibição de vídeo ou distribuição de folheto, de campanha publicitária com orientações sobre temas relevantes como o combate ao Aedes aegypti.

### **5 RELACIONAMENTO COM A SOCIEDADE**

#### **5.1 Canais de acesso ao cidadão**

No âmbito da Lei de Acesso à Informação, o Serviço de Informação ao Cidadão do Palácio do Planalto (SIC – PP) encaminhou à Secom/CC/PR 369 solicitações de acesso à informação, incluídas as pertinentes ao Gabinete Pessoal – GP do presidente da República, que tiveram o tratamento demonstrado na tabela abaixo.

Tabela 50 – Lei de Acesso à Informação

Situação resposta	Qtd	%	Secom	GP
<b>Em análise</b>	1	0,3	1	0
<b>Acesso concedido</b>				
Resposta solicitada inserida no e-Sic	173	46,9	89	84
Orientação de como encontrar a informação solicitada na Internet / publicações existentes	17	4,6	4	13
Informações enviadas pelo e-mail	1	0,3	1	0
<b>Acesso parcialmente concedido</b>				
Parte da informação contém dados pessoais	2	0,5	0	2
Parte da informação é de competência de outro órgão/entidade	1	0,3	0	1
Parte da informação é classificada com sigilosa conforme a Lei 12.527/2011	6	1,6	0	6
Parte do pedido é desproporcional ou desarrazoado	2	0,5	0	2
Parte do pedido é genérico	0	0,0	0	0
<b>Acesso negado</b>				
Dados pessoais	8	2,2	0	8
Dados sigilosos	0	0,0	0	0
Dados sigilosos legislação específica	0	0,0	0	0
Pedido desproporcional ou desarrazoado	4	1,1	0	4
Pedido genérico	14	3,8	1	13
Incompreensível	0	0,0	0	0
<b>Demais</b>				
Não é pedido de informação LAI	23	6,2	5	18
Pergunta duplicada	20	5,4	18	2
Informação inexistente	12	3,3	5	7
<b>Devolvido / competência de outro órgão</b>				
	<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100</b>	<b>206</b>
				<b>163</b>

Fonte: Secom/CC/PR

## 5.2 Carta de Serviço ao Cidadão

A Secom/CC/PR não presta serviços diretamente aos cidadãos. Desta forma, não se enquadra no exposto do Artigo 11, do Decreto nº 6.932/2009, segundo o qual “Os órgãos e entidades do Poder Executivo federal que prestam serviços diretamente ao cidadão deverão elaborar e divulgar ‘Carta de Serviços ao Cidadão’, no âmbito de sua esfera de competência”.

## 5.3 Mecanismos de transparência das informações relevantes sobre a atuação da unidade

No site Secom ([www.secom.gov.br](http://www.secom.gov.br)), os cidadãos têm acesso a um conjunto de informações sobre a atuação da Secretaria. Já na página inicial, estão disponíveis conteúdos, documentos e dados atualizados sobre os diferentes instrumentos de comunicação utilizados pela Secretaria, nos seguintes segmentos:

- Comunicação Digital – Ações de comunicação digital, Manuais, Identidade Digital Padrão, Capacitação, Acompanhamento de licitações, Documentos para download, Fluxo para produtos digitais, Glossário de termos básicos;
- Canais – Voz do Brasil, Portal Brasil, Portal Planalto, Redes Sociais, TV NBR;
- Imprensa – Sobre a Imprensa, Credenciamento, *Releases*, Contatos da Secretaria de Imprensa, Contatos dos assessores de imprensa e

Comunicação do governo;

- Internacional – Brasil no exterior e Documentos da área;
- Pesquisa – Ações, Relatórios de Pesquisas e Documentos da área;
- Eventos – Coordenação de eventos, Orientações para eventos, Comunicação visual de eventos, Eventos com o Presidente da República, Símbolos Oficiais e Marcas de governo;
- Patrocínio – Ações, Balanço das ações de patrocínio e Documentos da área;
- Mídia – Sobre a mídia, Ações programadas, Regionalização, Planejamento demídia, Comitê de Negociação, Cadastro de Veículos de Comunicação; e
- Publicidade – Campanhas publicitárias, Marca de governo, Orientações e Modelo de Edital.

No que se refere especificamente ao campo “Acesso à Informação”, a Secom/CC/PR disponibiliza informações institucionais sobre sua Missão, suas unidades internas, nomes e contatos dos responsáveis por áreas da Secretaria, história da Secretaria, estrutura organizacional, além das principais legislações orientadoras da sua atuação.

Na mesma página inicial, é possível acessar informações sobre programas e ações orçamentárias, agendas das autoridades, auditorias, licitações e contratos.

No campo “Serviço de Informação ao Cidadão – SIC”, ainda na página inicial do *site*, constam orientações sobre como enviar pedidos ao Sistema de Solicitação de Acesso à Informação do Poder Executivo federal.

A Secom/CC/PR possui ainda canal de comunicação direto com o cidadão, disponível no *site* [www.secom.gov.br](http://www.secom.gov.br), denominado "Fale com a Secom". Durante o exercício de 2016, foram respondidas, via e-mail, 629 mensagens, contendo críticas, denúncias, elogios, pedidos, reclamações e sugestões sobre as ações e áreas de atuação da Secretaria.

## 6 DESEMPENHO FINANCEIRO E INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

### 6.1 Tratamento contábil da depreciação, da amortização e da exaustão de itens do patrimônio e avaliação e mensuração de ativos e passivos

Não se aplica.

### 6.2 Sistemática de apuração de custos no âmbito da unidade

Segue reprodução de informe encaminhado pela COPLA/DIROF:

“Os art. 23 e art 24 da Portaria nº 340, de 28 de dezembro de 2012, que aprovou o Regimento Interno da Secretaria-Geral da Presidência da República, definiu a Coordenação Geral de Planejamento, Orçamento e Finanças (COPLA) da Diretoria de Planejamento, Orçamento e Finanças (DIROF) da Secretaria de Administração como Órgão Setorial do Sistema de Custo das Unidades da Presidência da República, conforme descrição abaixo dos artigos da citada portaria:

*Art. 23. À Diretoria de Planejamento, Orçamento e Finanças, unidade setorial do Sistema de Planejamento e Orçamento Federal, de Administração Financeira Federal e do Sistema de Custos do Governo Federal, compete:*

*I - planejar, coordenar, supervisionar, controlar, executar, monitorar e avaliar e as atividades relacionadas com:*

*a) a elaboração e execução do orçamento, da programação e execução financeira e do Sistema de Custos do Governo Federal;*

*Art. 24. À Coordenação-Geral de Planejamento Orçamentário e Financeiro compete:*

*I - planejar, coordenar e executar as atividades relacionadas com o Plano Plurianual, a Lei de Diretrizes Orçamentárias e a Lei Orçamentária Anual, bem como com a programação orçamentária e financeira e de informações de custos da Presidência da República, consolidar as informações para o relatório de gestão e o processo de prestação de contas anual;*

Devido à particularidade das estruturas de Órgãos, Unidades Orçamentárias e Unidades Gestoras Executoras no Sistema Integrado de Administração Financeira – SIAFI da Presidência da República, a COPLA/DIROF vem promovendo a elaboração de relatórios e o acompanhamento mensal dos custos das unidades por meio de apropriações de custos das despesas em: Programas de Trabalho, Ações Orçamentárias, Planos Orçamentários, Unidades Gestoras Responsáveis.

Inicialmente, a análise destes relatórios visa o monitoramento dos custos mensais das unidades administrativas, sendo observados e tratados os casos em que ocorrerem oscilações relevantes na análise mensal em comparação com os outros meses, permitindo assim, que estas informações possam também subsidiar a tomada de decisões no âmbito da Secretaria de Administração da Secretaria de Geral da Presidência da República

Cabe ressaltar o Sistema de Informações de Custos do Governo Federal – SIC, sendo um Data Warehouse que se utiliza da extração de dados dos sistemas estruturantes da administração pública federal, tal como SIGEP, SIAFI e SIOP, para a geração de informações. A ferramenta verifica espaços para a melhoria de serviços destinados à população, bem como proporciona instrumentos de análise para a eficácia, a eficiência, a economicidade e a avaliação dos resultados do uso de recursos públicos. Sua existência atende ao artigo 50, § 3º da Lei Complementar nº 101, de 04 de maio de 2000 – Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), que obriga a Administração Pública a manter sistema de custos que permita a avaliação e o acompanhamento da gestão orçamentária, financeira e patrimonial. E, conforme a Lei nº 10.180, de 06 de fevereiro de 2001, que organiza e disciplina o Sistema de Contabilidade Federal do Poder Executivo, compete à Secretaria do Tesouro Nacional (STN) tratar de assuntos relacionados à área de custos na Administração Pública Federal.

Nesse sentido, a STN publicou, em 09 de março de 2011, a Portaria nº 157, que dispõe sobre a criação do Sistema de Custos do Governo Federal, estruturado na forma de um subsistema organizacional da administração pública federal brasileira e vinculado ao Sistema de Contabilidade Federal.

A COPLA/DIROF também utiliza o SIC – Sistema de Informações de Custos do Governo Federal para apuração dos custos das unidades administrativas.”

### **6.3 Demonstrações contábeis exigidas pela Lei 4.320/64 e notas explicativas**

Anexos de VIII a XV

## **7 CONFORMIDADE DA GESTÃO E DEMANDAS DE ÓRGÃOS DE CONTROLE**

Os quadros abaixo apresentam uma visão geral das deliberações realizadas pelo Tribunal de Contas da União – TCU e pela Secretaria de Controle Interno da Presidência da República – Ciset/PR, demonstrando a situação atual da determinação/recomendação. As demandas que permaneceram pendentes de atendimento, ou seja, aquelas que ainda não foram cumpridas ou consideradas cumpridas e as que encontram-se parcialmente cumpridas, têm seus status detalhado no item 7.1 e 7.2.

Cabe ressaltar o Sistema de Informações de Custos do Governo Federal – SIC, sendo um Data Warehouse que se utiliza da extração de dados dos sistemas estruturantes da administração pública federal, tal como SIGEP, SIAFI e SIOP, para a geração de informações. A ferramenta verifica espaços para a melhoria de serviços destinados à população, bem como proporciona instrumentos de análise para a eficácia, a eficiência, a economicidade e a avaliação dos resultados do uso de recursos públicos. Sua existência atende ao artigo 50, § 3º da Lei Complementar nº 101, de 04 de maio de 2000 – Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), que obriga a Administração Pública a manter sistema de custos que permita a avaliação e o acompanhamento da gestão orçamentária, financeira e patrimonial. E, conforme a Lei nº 10.180, de 06 de fevereiro de 2001, que organiza e disciplina o Sistema de Contabilidade Federal do Poder Executivo, compete à Secretaria do Tesouro Nacional (STN) tratar de assuntos relacionados à área de custos na Administração Pública Federal.

Nesse sentido, a STN publicou, em 09 de março de 2011, a Portaria nº 157, que dispõe sobre a criação do Sistema de Custos do Governo Federal, estruturado na forma de um subsistema organizacional da administração pública federal brasileira e vinculado ao Sistema de Contabilidade Federal.

A COPLA/DIROF também utiliza o SIC – Sistema de Informações de Custos do Governo Federal para apuração dos custos das unidades administrativas.”

### **6.3 Demonstrações contábeis exigidas pela Lei 4.320/64 e notas explicativas**

Anexos de VIII a XV

## **7 CONFORMIDADE DA GESTÃO E DEMANDAS DE ÓRGÃOS DE CONTROLE**

Os quadros abaixo apresentam uma visão geral das deliberações realizadas pelo Tribunal de Contas da União – TCU e pela Secretaria de Controle Interno da Presidência da República – Ciset/PR, demonstrando a situação atual da determinação/recomendação. As demandas que permaneceram pendentes de atendimento, ou seja, aquelas que ainda não foram cumpridas ou consideradas cumpridas e as que encontram-se parcialmente cumpridas, têm seus status detalhado no item 7.1 e 7.2.

## Resumo das Determinações/Recomendações – TCU

Quadro A.7 (1) – Resumo das Determinações/Recomendações – TCU

Origem	Resumo das Determinações/Recomendações – TCU	Situação
Acórdão 7197/2012 1º Câmara	Adote providências, por meio da Secretaria de Administração da Secretaria-Geral da Presidência da República, para proceder a estudo na área de pessoal a fim de definir a lotação e o nível de escolaridade, apropriados a cada órgão da estrutura organizacional da SECOM/PR, conforme competências e as atribuições definidas no Anexo I do Decreto 6.377/2008, em obediência ao art. 37, <i>caput</i> , da Constituição Federal.	Pendente
Acórdão 822/2014 - Plenário	Avalie a oportunidade e a conveniência de divulgar e oferecer, às entidades integrantes do Sicom, o sistema SecomWeb, que pode ser utilizado como ferramenta de gestão de ações de publicidade.	Acatada
Acórdão 3680/2014 2ª Câmara	Determinar à Secom que, conclua as medidas administrativas para restituição dos valores indevidamente pagos à Laujar Empresa Jornalística S.C. Ltda. e, caso seja necessário, proceda à instauração de tomada de contas especial.	Pendente
Acórdão 6500/2015 1ª Câmara	Ausência de Planejamento Estratégico	Acatada com ressalvas
	Ausência de Indicadores de Desempenho de Gestão	Acatada com ressalvas
Acórdão 2623/2016- TCU- Plenário	Gastos Públicos correspondentes ao PPA 2012/2015 1.8 Determinar à Secom que elabore Planos Anuais de Comunicação; 1.9.1 Recomendar ao Comitê de Negociação de Mídia que amplie o rol de veículos do meio internet;	Pendente

No que se refere às recomendações do TCU, das seis demandas existentes no exercício 2016, uma foi plenamente atendida, duas foram atendidas com ressalvas e as demais encontram-se em situação de pendência, mas, contudo, com adoção de medidas para o pleno atendimento das deliberações em 2017.

No que diz respeito à recomendação do Acórdão nº 822/2014, em outra oportunidade a Secom esclareceu que, à época, não existia condições de estabelecer um plano de ação, conforme recomendado, pois as ações da Secom com relação ao assunto iam muito além das recomendações estabelecidas no referido Acórdão. Assim, o TCU em 22/09/2015, notificou a Secom por meio do Acórdão 2282/2015-TCU-Plenário, no qual acatou os esclarecimentos prestados quanto à conveniência e oportunidade de disponibilizar o sistema SecomWeb para o Sicom.

Quanto à determinação constante do Acórdão nº 3680/2014- 2º Câmara, posteriormente mantido pelo Acórdão 10.953/2015 – 2ª Câmara, a Secom, após notificação às empresas arroladas para que estas pagassem os valores devidos e decorrido o tempo sem que elas recolhessem os valores, foi elaborada Nota Técnica nº 2/2017, de 24/01/2017, por meio da qual sugeriu o encerramento do processo administrativo e a abertura de Tomada de Contas Especial, tendo o Secretário Especial de Comunicação Social, por meio do Despacho Decisório nº 3/2017, ratificado o entendimento constante da citada Nota Técnica e decidido pela abertura de Tomada de Contas Especial. A

documentação mencionada consta nos autos do processo nº 00170.002257/2012-96.

Cumpre informar que as constatações sobre Ausência de Planejamento Estratégico e Ausência de Indicadores de Desempenho de Gestão, elencadas no Acórdão 6500/2015 TCU-1ª Câmara foram objeto de exame técnico constante do próprio Acórdão, no qual aquela Corte de Contas constatou que a Secom havia iniciado elaboração de seu planejamento estratégico e também procedeu a contratação de empresa de consultoria para prestação de serviços de apoio ao processo de planejamento e gestão estratégica. Desta forma, afirmou ser desnecessária a proposição de medidas corretivas, mantendo apenas ressalvas às contas.

Com relação à determinação constante do item 1.8 do Acórdão nº 2623/2016-TCU-plenário, deve-se ressaltar que o Plano Anual de Comunicação de 2017 foi enviado ao Tribunal de Contas da União por meio do Ofício nº 15/2017/DENOR/SGC/SECOM/CC-PR, de 09/03/2017, constante nos autos do processo nº 00170.001527/2016-75. Ainda sobre a referida recomendação, foram enviados, por meio do Memorando-SEI nº 15/2017/DENOR/SGC/SECOM/CC-PR, de 09/03/2017, à CISET, os PACs 2016 e 2017, conforme constante nos autos do processo nº 00010.000117/2017-21.

Ainda com relação à recomendação presente no Acórdão nº 2623/2016-TCU-Plenário em seu item 1.9.1, esta ainda se encontra pendente, devendo-se registrar, contudo, que nas negociações do Comitê de Negociação de Mídia, a Secom evidou esforços no sentido de ampliar o rol de veículos no meio internet, o que será ainda formalizado ao Tribunal de Contas.

#### Resumo das Determinações/Recomendações – Ciset/PR

Quadro A.7 (2) – Resumo das Determinações/Recomendações – Ciset/PR

Relatório	Resumo das Determinações/ Recomendações – CISET/PR	Situação
	<p>Instaure, se já não o fez, procedimento administrativo para verificar a responsabilidade das Empresas de Publicidade contratadas à época, <i>141 Soho Square Comunicação LTDA, Matisse Comunicação de Marketing Ltda e Propeg Comunicação Ltda</i> em relação ao fato, aplicando, se for o caso, as devidas penalidades.</p>	Pendente
Relatório de Auditoria Especial nº 4/2013 (OS Nº 437/2012)	<p>Adote as medidas administrativas possíveis para reparação dos valores indevidamente pagos ao Grupo Laujar. Caso não seja possível tal ressarcimento pela via administrativa direta, sugere-se a instauração de Tomada de Contas Especial, nos termos da Instrução Normativa-TCU nº 71, de 28/11/2012, para a apuração dos fatos, quantificação exata do dano, identificação dos responsáveis e obtenção do respectivo ressarcimento.</p>	Pendente
	<p>Providenciar a elaboração do Planejamento Estratégico da Unidade, em atendimento ao item 2.1 do Planejamento e Resultados Alcançados da Decisão Normativa nº 127/2013 do Tribunal de Contas da União – TCU, ao art. 27, inciso XVII, alínea “a”, da Lei nº 10.683/2003, e ao critério 2 da avaliação do Gestão Pública, instituído pelo Decreto nº 5.378/2005.</p>	Atendida

	Fazer gestões junto aos órgãos e entidades descentralizados para que apresentem as prestações de contas ou justifiquem formalmente a não apresentação.	Pendente
	Avaliar a oportunidade de elaborar manual de formalização dos Termos de Execução Descentralizada e de suas respectivas prestação de contas, a exemplo de outros órgãos da administração pública federal, de maneira a padronizar as ações de descentralização de créditos.	Pendente
	Exigir do órgão ou entidade descentralizado que submeta à análise da SECOM as ações de que tratam os arts. 6º a 8º da Instrução Normativa SECOM-PR nº 2/2009, por meio dos sistemas disponibilizados aos integrantes do SICOM, em atendimento à obrigação prevista no Termo de Execução Descentralizada.	Pendente
	Adotar providências com vistas a monitorar nos sistemas disponibilizados aos integrantes do SICOM se as ações de publicidade realizadas por meio de descentralização de créditos estão em conformidade com o disposto nos arts. 6º a 8º da IN SECOM-PR nº 2/2009, exigindo do órgão ou entidade a inserção dos dados nos sistemas.	Pendente
Diligência CISET nº 161/2015	<p>Acompanhamento Permanente da Gestão nº 6/2015 – Resultado das ações do Contrato nº 01/2015 – SECOM:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- as áreas competentes da Secom-PR façam incluir nos autos do Processo nº 00170.000435/2013-25, os argumentos trazidos pela UJ que fundamentam a opção pelo tipo da licitação realizada;</li> <li>- as áreas competentes da Secom-PR façam incluir nas peças processuais que suportarem as futuras contratações a motivação para escolha do tipo de licitação de modo expresso e tempestivo.</li> </ul> <p>Avaliação da Gestão 2015:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestão de Compras e Contratações;</li> <li>- Gestão de transferências;</li> <li>- Atendimento das demandas de órgãos de controle;</li> <li>- Resultados quantitativos e qualitativos da gestão;</li> <li>- Gestão de Contratos;</li> <li>- Gestão de Pessoas;</li> <li>- Política de Acessibilidade;</li> <li>- Planejamento Estratégico;</li> <li>- Gestão de Termos de Execução Descentralizada.</li> </ul>	Atendida
Relatório de Auditoria Anual de Contas OS nº 06/2016 –		Atendida

Das deliberações realizadas pelo órgão de controle interno abordadas no Relatório de Auditoria Especial nº 4/2013 (OS Nº 437/2012), duas referem-se à apuração de responsabilidade com vistas à tomada de medidas administrativas. A Secom instaurou procedimento administrativo que concluiu pela responsabilidade única e exclusiva das agências de propaganda contratada à época, caso fique comprovada a efetiva prática de ato ilegal, ilegítimo ou antieconômico de que resulte dano ao erário.

O TCU por meio do Acórdão 5197/2016, deu ao caso o seguinte entendimento: “cabe à Secom/PR unicamente, caso não disponha de documentação suficiente para comprovar a regularidade do gasto efetuado, tomar as medidas administrativas necessárias para o ressarcimento do dano identificado. Caso seja necessário, após frustradas tais medidas, é obrigatório ao órgão público a instauração da TCE, processo no qual os

responsáveis identificados terão a oportunidade de apresentar defesa, inclusive nos moldes ora antecipados pela Secom/PR. É possível, inclusive, no âmbito do processo, identificar outros responsáveis, como as agências de publicidade, e incluí-las na relação processual.” Deste modo, a Secom/CC/PR finalizou o Processo Administrativo de apuração e dará prosseguimento a instauração de Tomada de Contas Especial.

As outras quatro deliberações do mesmo Relatório referem-se à formalização e prestação de contas dos Termos de Execução Descentralizadas de Crédito. Não obstante elas constarem “pendentes” no quadro de deliberações/recomendações, a Secom/CC/PR atuou de forma a realizar gestão junto aos órgãos e entidades descentralizados, para que estes: i) apresentassem prestação de contas ou justificassem a não apresentação; ii) submetessem à análise da Secom as ações de que tratam os arts. 6º a 8º da IN 2/2009, por meio de sistemas disponibilizados e; iii) adotassem providências de monitoramento dos sistemas disponibilizados. Assim, a Ciset considerou que as ações realizadas pela Secom atendiam às recomendações, julgando-as acatadas.

No que diz respeito à elaboração e formalização de manual para os Termos de Execução Descentralizada, foi estabelecido pela Ciset/PR o dia 28/04/2017 como prazo para a sua apresentação, no entanto esta Secretaria aguarda posicionamento da Subchefia de Assuntos Jurídicos sobre os questionamentos e controvérsias apontadas, para então finalizar tal recomendação.

Sobre a ausência de Planejamento Estratégico, a Secom foi cientificada por meio do Acórdão 6500/2015 TCU-1<sup>a</sup> Câmara que aquela Corte de Contas não vislumbrou a necessidade de proposição de medidas corretivas para o assunto, mantendo apenas ressalvas às contas, tendo em vista a iniciação da elaboração de planejamento estratégico e também pela contratação de empresa de consultoria para prestação de serviços de apoio ao processo de planejamento e gestão estratégica. Importante destacar que assunto foi objeto da Auditoria Interna das Contas do Exercício de 2015 e, em seu Relatório Conclusivo a Ciset concluiu que a Secom cumpriu com a determinação de implementar processo de planejamento estratégico, desempenhado ao longo de 2014 e 2015 e, alertou quanto à importância de se monitorar os indicadores e metas, alinhados aos objetivos estratégicos, a fim de se produzir melhorias no processo de gestão.

A forma utilizada pela Secom/CC/PR para o efetivo acompanhamento das deliberações feitas pelo TCU e pela Ciset/PR, dá-se por meio de operacionalização dos sistemas disponibilizados por estes órgãos, e-Contas e SEMAC, nas quais são efetuadas consultas diárias aos sistemas com o objetivo de identificar se existem pendências para posterior distribuição às áreas competentes.

As outras duas deliberações realizadas pelo Controle Interno, Diligência CISET nº 161/2015 e Relatório de Auditoria Anual de Contas OS nº 06/2016, foram consideradas atendidas em seus respectivos Relatórios Conclusivos.

## 7.1 Tratamento de determinação e recomendações do TCU

### 7.1.1 Deliberações do TCU que permaneceram pendentes de cumprimento

Quadro A.7.1.1 (1) – Acórdão 7197/2012

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
012.615/2010-2	7197/2012 - 1º Câmara	1.8	OFÍCIO Nº 1405/2012-TCU/SECEX-6, de 12.12.2012	02/01/2013
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN				
Descrição da determinação/recomendação				
Recomendar à SECOM/PR que adote providências, por meio da Secretaria de Administração da Secretaria-Geral da Presidência da República, para proceder a estudo na área de pessoal a fim de definir a lotação e o nível de escolaridade, apropriados a cada órgão da estrutura organizacional da SECOM/PR, conforme competências e as atribuições definidas no Anexo I do Decreto 6.377/2008, em obediência ao art. 37, caput, da Constituição Federal.				
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas				
A partir da emissão do Acórdão nº 7197/2012, de 27 de novembro de 2012, no qual o Tribunal de Contas da União – TCU realizou a tomada de contas do Relatório de Gestão de 2009, a Secom/PR recebeu a recomendação de, por meio da Secretaria de Administração – SA da Secretaria de Governo da Presidência da República – SG, proceder estudos de sua área de pessoal a fim de definir a lotação e o nível de escolaridade apropriados a cada órgão de sua estrutura organizacional.				
Em resposta ao recomendado, e com orientação e participação da SA/PR, foi criado um Grupo de Trabalho – GT, por meio da portaria Secom/PR nº 37, de 20 de maio de 2013, que, com o objetivo de cumprir a recomendação, elaborou proposta que definiu o escopo e especificou a realização de mapeamento de processos e de competências. Como resultado deste GT, foi redigido documento denominado “Diretrizes para a contratação do mapeamento de processos e de competências da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República”, que apresentou orientações para a possível contratação de consultoria para realização de mapeamento de processos e de competências para a Secom/PR e, a partir desses mapeamentos, realizar diagnóstico de necessidades relacionadas à estrutura da organização e dimensionamento da força de trabalho.				
O documento produzido pelo GT estabeleceu três momentos de atuação: Mapeamento de Processos, Mapeamento de Competências e Relatório de Necessidades. O Mapeamento de Processos e o Relatório de Necessidades foram contemplados nos serviços prestado pela consultoria Instituto Publix para o desenvolvimento da Gestão Pública (Contrato 04/2015).				
A partir dos serviços contratados, foi possível mapear, até o momento, cinco processos críticos, propondo pontos de melhoria e analisando a capacidade e quantidade de recursos humanos para execução desses processos de negócios, sendo eles: “Administração de Contratos”, “Contratação”, “Financeiro e Orçamentário”, “Planejamento e Desenvolvimento de Campanhas” e “Mídia”.				
A realização do Mapeamento dos demais processos de negócios, a ser realizado pela Secretaria de Gestão e Controle - SGC, por meio da aplicação dos conhecimentos adquiridos em função do acompanhamento da atuação da Publix junto a SECOM-PR, propiciará o conhecimento sistematizado da complexidade dos trabalhos realizados na Secretaria, propiciando terreno mais adequado para a realização do Mapeamento de Competências.				
Ao encontro desta necessidade, o Termo de Cooperação Técnica: “Capacitação para o Aprimoramento da Comunicação Governamental” formalizado junto à Unesco, prevê o mapeamento de competências do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, do qual a Secom/CC/PR é o órgão central, para o pleno exercício das atividades de comunicação social do Governo Federal. Encontra-se em fase de elaboração o				

Termo de Referência para contratação de serviços para a execução do referido mapeamento em parceria com a Unesco, dentro do “Projeto de Cooperação Técnica Capacitação para o Aprimoramento da Comunicação Governamental”, com previsão de término para 2018.

O processo de implementação do Planejamento Estratégico e da Modelagem de Processos são essenciais para a realização de um estudo da área de pessoal. Somente pós a análise da estrutura de trabalho da Secom/CC/PR será possível traçar o perfil do quadro de pessoal necessário à execução dos processos identificados na Secretaria.

Além disso, foi possível observar que houve incremento no nível de escolaridade e força de trabalho, se comparado o quadro de servidores de 2015/2016 ao quadro de servidores mencionado no Relatório de Gestão de 2012 e as observações trazidas pelo Acórdão 7197/2012. Como exemplo, pode-se citar o indicador “Pós Graduação, Mestrado ou Doutorado” que saiu de nenhuma ocorrência quando do estabelecimento do acórdão, para 15% em 2015 e 20% em 2016, demonstrando que os funcionários lotados ou os novos servidores requisitados apresentam-se cada vez mais capacitados e/ou com nível de formação mais elevado frente ao observado há quatro anos.

Quadro A.7.1.1 (2) – Acórdão 822/2014

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
018.664/2013-0	822/2014 - Plenário	9.2.8	Aviso nº 504-Seses-TCU-Plenário, de 02.04.2014 e Ofício 0137/2014-TCU-SecexAdmin, de 09.04.2014	10/04/2014
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN				
Descrição da determinação/recomendação				
Avalie a oportunidade e a conveniência de divulgar e oferecer, às entidades integrantes do Sicom, o sistema SecomWeb, que pode ser utilizado como ferramenta de gestão de ações de publicidade.				
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas				
Conforme Ofício nº 395/2014/SGCN/SECOM-PR, o SecomWeb está em processo de desativação, porquanto ações de aperfeiçoamento e evolução dos sistemas relacionados à comunicação social são uma constante em nossas atividades. Suas funcionalidades estão sendo migradas para o sistema GestãoSecom, ora em desenvolvimento. Implantado o novo sistema, avaliaremos a oportunidade de disponibilizá-los aos integrantes do Sicom.				
Em 22/09/2015 a Secom foi notificada pelo TCU, por meio do Acórdão 2282/2015-TCU-Plenário, que acatou os esclarecimentos prestados quanto à conveniência e oportunidade de disponibilizar o sistema SecomWeb para o Sicom, uma vez que não existia condições de estabelecer um plano de ação, sobretudo porque a unidade técnica, encarregada por este tipo de trabalho, encontrava-se sobrecarregada com outras atividades programadas, que iam além das decorrentes do Acórdão nº 822/2014-TCU-Plenário. Assim, considerou tal recomendação atendida.				

Quadro A.7.1.1 (3) – Acórdão 3680/2014

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
006.888/2013-5	3680/2014 - 2 <sup>a</sup> Câmara	9.2	Aviso nº 708 – GP/TCU, de 31.07.2014	22/10/2014
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN				
Descrição da determinação/recomendação				
Determinar à Secom/PR que, no prazo de 90 (noventa) dias, conclua as medidas administrativas para restituição dos valores indevidamente pagos à Laujar Empresa Jornalística S.C. Ltda. e, caso seja necessário, proceda à instauração de tomada de contas especial.				
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas				
Em 22 de outubro de 2014, por meio do ofício 575/2014/SECEX/SECOM-PR, a Secom solicitou à Secretaria de Controle Externo da Administração do Estado prorrogação do prazo para cumprimento da determinação face à peculiaridade e à complexidade do caso, que requer ponderação mais aprofundada para o alcance dos encaminhamentos constantes do Acórdão.				
Por meio do ofício 0899/2014-TCU/SECOM, de 20 de novembro de 2014, o TCU prorrogou por 90 dias o prazo para atendimento da determinação, findando-se, portanto, em 18/02/2015 (Acórdão 7061/2014 – TCU – 2 <sup>a</sup> Câmara).				
Prazo suspenso devido ao recurso de Embargos de Declaração, apresentado pela SECOM, por meio da NOTA TÉCNICA Nº 15/2015/DENOR/SGCN/SECOM-PR, em face do Acórdão nº 10.953/2015-TCU-2 <sup>a</sup> Câmara.				
Em 22/06/2016 O Secretário Especial da Secom determinou indicação de novos membros da Comissão de Processo Administrativo para que dessem andamento e concluíssem o processo no prazo determinado pelo TCU. A referida Comissão em seu Relatório Conclusivo de 18/08/2016 afirmou que: restou constatada a responsabilidade única e exclusiva das agências de propaganda contratadas pela SECOM, caso venha a ser comprovada a efetiva prática de ato ilegal, ilegítimo ou antieconômico de que resulte dano ao erário.				
Por meio do Acórdão 5197/2016, proferiu a seguinte decisão: “cabe à Secom/PR unicamente, caso não disponha de documentação suficiente para comprovar a regularidade do gasto efetuado, tomar as medidas administrativas necessárias para o resarcimento do dano identificado. Caso seja necessário, após frustradas tais medidas, é obrigatório ao órgão público a instauração da TCE, processo no qual os responsáveis identificados terão a oportunidade de apresentar defesa, inclusive nos moldes ora antecipados pela Secom/PR. É possível, inclusive, no âmbito do processo, identificar outros responsáveis, como as agências de publicidade, e incluí-las na relação processual.”				
Desta forma, a Secom finalizou o Processo Administrativo de apuração e dará prosseguimento a instauração de Tomada de Contas Especial.				

Quadro A.7.1.1 (4) – Acórdão 6500/2015

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
022.343/2012-1	Acórdão 6500/2015 - 1º Câmara	1.7.1.1	Ofício 0733/2015-TCU/SecexAdministração, de 12/11/2015	17/11/2015
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN				
Descrição da determinação/recomendação				
Ausência de Planejamento Estratégico				
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas				
<p>Em atendimento a exigência de apresentação do Planejamento Estratégico da Decisão Normativa nº 134/2013 do TCU e a recomendação, de mesmo teor, constante do Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014, da Secretaria de Controle Interno da Secretaria-Geral da Presidência da República, a Secom/PR fez adesão a Ata de Registro de Preços nº 05/2014 do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – MP, advinda da recomendação de 2008 do TCU, com vista à contratação de consultoria especializada no desenvolvimento do Planejamento e Gestão Estratégica, resultando na contratação da empresa GD Consult – Gestão &amp; Desenvolvimento Empresarial (Contrato nº 5/2014).</p> <p>Assinado em 11 de novembro de 2014, o contrato entre a Secom/PR e a referida consultoria estabeleceu como objeto “a prestação de serviços de apoio ao processo de planejamento e gestão estratégica, utilizando como referência a metodologia do Balanced Scorecard – BSC , por demanda, contemplando serviços de formulação, revisão, desdobramento (tradução), alinhamento, implementação, monitoramento e capacitação”. Ficou definida, também, a execução dos serviços em 04 etapas distintas, conforme segue:</p> <p><b>1) Análise Ambiental e Formulação da Estratégia</b></p> <p>1.1 Análise do Ambiente Interno e Externo 1.2 Definição/ Revisão da Missão e Visão do órgão</p> <p><b>2) Desdobramento (Tradução) da Estratégia</b></p> <p>2.1 Elaboração do Mapa Estratégico 2.2 Elaboração e definição de indicadores e metas 2.3 Definição e composição da Carteira de Projetos estratégicos 2.4 Detalhamento dos Projetos (12 projetos)</p> <p><b>3) Alinhamento</b></p> <p>3.1 Elaboração do Painel de Contribuição de unidade do órgão</p> <p><b>4) Monitoramento da Gestão Estratégica</b></p> <p>4.1 Estruturação da área responsável pelo monitoramento da estratégia 4.2 Desenho do Processo de monitoramento da estratégia 4.3 Implementação e acompanhamento do monitoramento da estratégia</p>				

Conforme mencionado no Relatório de Gestão 2014, a Secom/PR deu continuidade, em 2015, ao seu processo de

Planejamento Estratégico, para que todas as etapas desse trabalho fossem efetivamente concluídas. Com o intuito de criar um ambiente confortável para a execução dos serviços contratados, visando garantir que pudesse ser desempenhado da melhor maneira possível e dentro de um espaço temporal mais favorável a observância de todos os detalhes afetos ao trabalho de planejamento, a Secom revisou o cronograma de maneira a otimizar o cumprimento dos trabalhos, concluindo até o vencimento do contrato (em 11/02/2016) todas as etapas, com exceção ao serviço “4.3 - Implementação e acompanhamento do monitoramento da estratégia”. Frise-se que a não execução desse último serviço não compromete as demais entregas relacionadas à implementação do Planejamento Estratégico, uma vez que poderá ser realizado internamente pela equipe que acompanhou a Consultoria por 18 meses, incorporando conhecimento suficiente para agir como área de monitoramento da Estratégia.

O TCU por meio exame técnico constante do próprio Acórdão 6500/2015, constatou que a Secom/CC/PR havia iniciado elaboração de seu planejamento estratégico e também a contratação de empresa de consultoria para prestação de serviços de apoio ao processo de planejamento e gestão estratégica. Assim, a Corte de Contas entendeu ser desnecessária a proposição de medidas corretivas, mantendo apenas ressalvas às contas.

Quadro A.7.1.1 (5) – Acórdão 6500/2015

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
022.343/2012-1	Acórdão 6500/2015 - 1º Câmara	1.7.1.2	Ofício 0733/2015-TCU/SecexAdministração, de 12/11/2015	17/11/2015
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN				
Descrição da determinação/recomendação				
Ausência de Indicadores de Desempenho de Gestão				
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas				
<p>Em atendimento a exigência de apresentação do Planejamento Estratégico da Decisão Normativa nº 134/2013 do Tribunal de Contas da União-TCU e a recomendação, de mesmo teor, constante do Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014, da Secretaria de Controle Interno da Secretaria-Geral da Presidência da República, esta SECOM fez adesão a Ata de Registro de Preços nº 05/2014 do então Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – MPOG, advinda da recomendação de 2008 do TCU, com vista à contratação de consultoria especializada no desenvolvimento do Planejamento e Gestão Estratégica, resultando na contratação da empresa GD Consult, para a execução de serviços de formulação, revisão, desdobramento (no qual foi observada a necessidade de definição de indicadores de gestão), alinhamento, implementação, monitoramento e capacitação. Dentro do item de Desdobramento da Estratégia, destaca-se o subitem “Elaboração e definição de indicadores e metas”, que foi executado de maneira a construir indicadores que medissem o desempenho da gestão da Secom-PR como um todo.</p> <p>Foram definidos 23 indicadores, sugeridos e aprovados por cada uma das áreas da SECOM, que passaram a ser coletados sistematicamente em 2016. O trabalho de coleta, tratamento e avaliação dos indicadores é um processo novo para SECOM, demandando um tempo de maturação dessa nova rotina e até mesmo dos próprios indicadores estabelecidos. A equipe da Secretaria de Gestão e Controle - SGC, a partir do conhecimento adquirido com o acompanhamento dos serviços prestados pela consultoria contratada, supervisionará e coordenará o processo de solidificação desses indicadores, revisitando-os caso necessário.</p> <p>O TCU por meio exame técnico constante do próprio Acórdão 6500/2015, constatou que a Secom/CC/PR havia iniciado elaboração de seu planejamento estratégico e também a contratação de empresa de consultoria para prestação de serviços de apoio ao processo de planejamento e gestão estratégica. Assim a Corte de Contas entendeu ser desnecessária a proposição de medidas corretivas, mantendo apenas ressalvas às contas.</p>				

## 7.2 Tratamento de recomendações do Órgão de Controle Interno – OCI

### 7.2.1 Deliberações do OCI que permaneceram pendentes de cumprimento

Quadro A.7.2.1 (1) – Relatório de Auditoria Especial nº 4/2013

Caracterização da determinação/recomendação do OCI			
Processo	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
Relatório de Auditoria Especial nº 4/2013 (OS Nº 437/2012)	VI	Ofício nº 974/2013/COAUD/CISET/SG/PR, de 20.09.2013	23/09/2013
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação			
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas – SGCN			
Descrição da determinação/recomendação			
51. Assim, faz-se necessário que a SECOM/PR instaure, se já não o fez, procedimento administrativo para verificar a responsabilidade das Empresas de Publicidade contratadas à época, 141 Soho Square Comunicação LTDA, Matisse Comunicação de Marketing Ltda e Propeg Comunicação Ltda em relação ao fato, aplicando, se for o caso, as devidas penalidades.			
53. Além disso, recomenda-se que a SECOM/PR adote as medidas administrativas possíveis para reparação dos valores indevidamente pagos ao Grupo Laujar. Caso não seja possível tal ressarcimento pela via administrativa direta, sugere-se a instauração de Tomada de Contas Especial, nos termos da Instrução Normativa-TCU nº 71, de 28/11/2012, para a apuração dos fatos, quantificação exata do dano, identificação dos responsáveis e obtenção do respectivo ressarcimento.			
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas			
Nos termos da NOTA TÉCNICA Nº 15/2015/DENOR/SGCN/SECOM-PR, foi interposto o recurso de Embargos de Declaração, para sanar as omissões, contradições e obscuridades, com a seguinte conclusão:			
À vista do exposto, emerge a necessidade de interpor Embargos de Declaração para possibilitar ao TCU a correção do Acórdão Embargado, para reconhecer as omissões, contradições e obscuridades apontadas, e, de consequência, conceder os efeitos modificativos o recurso para excluir o item 9.2. do Acórdão nº 3680/2014-TCU-2ª Câmara, mantido por força do Acórdão nº 10953/2015-TCU-2ª Câmara.			
Em 21/12/2015, a referida Nota Técnica foi enviada ao TCU pelo OFÍCIO nº 564/2015/GAB/ SECOM-PR, como recurso de Embargos de Declaração em face do Acórdão nº 10.953/2015-TCU-2ª Câmara.			
Em 24/02/2016, foi enviado, por solicitação da PRF, o OFÍCIO nº 84/2016/SGCN/SECMO-PR, ao Delegado de Polícia Federal MARCUS RONKI, condutor o IPL nº 0406/2013-4 – SR/DPF/DF, sobre o Caso Laujar, acompanhado dos arquivos digitalizados com cópias dos documentos que comprovaram na SECOM a efetiva veiculação das ações publicitárias pela empresa Laujar.			
Considerando-se a publicação do Acórdão nº 5197/2016-TCU - 2ª Câmara, no qual rejeitou o pedido de embargo de declaração solicitado pela SECOM, a CISET reiterou o seu posicionamento: <i>“Os argumentos apresentados pela SECOM no sentido de que os indícios apurados por esta CISET/SG/PR em conjunto com a CGU/SP se consubstanciam em informações que carecem de comprovação indiciária para a aplicação no presente caso, sem a devida comprovação de nulidades ou fragilidade dos fatos e provas apresentados, conforme a Portaria SECOM nº 94/2013, não retirou dessa Secretaria o dever de averiguar. Cumpre destacar que a suspensão do item 9.2 do Acordão nº 3.680/2014-TCU-2ª Câmara, ocorreu de forma a oportunizar o trabalho de apuração dessa UJ na coleta consistente de evidências que possam refutar ou acatar o postulado no Relatório de Auditoria Especial nº 04/2013 elaborado por esta CISET/SG/PR, bem como o recomendado no citado Acórdão. Em relação ao inquérito que tramita na Polícia Federal,</i>			

*cabe ressaltar que o escopo do trabalho da atividade policial é o da análise de crimes contra a administração publica, enquanto que, em sede de processo administrativo, se apura ilícitos administrativos no âmbito dos órgãos da Administração Pública sendo, portanto, esferas distintas de competência legal, o que corrobora para o fato dessa UJ agir no sentido de apurar os indícios apresentados.” Entende-se que a providência da UJ é suficiente, vez que o Relatório Conclusivo, demonstra que a Unidade instaurou procedimentos administrativos, nomeando Comissão de Processo Administrativo, por meio da Portaria nº 94/2013, alterada pela Portaria nº 87, de 1 de julho de 2016. Entretanto, os trabalhos realizados pela Unidade, concluem, por meio do Relatório Conclusivo da Comissão de Processo Administrativo, a inexistência de indícios de cometimento de fraude por parte do Grupo Laujar.*

Em 22/06/2016 O Secretário Especial da Secom determinou indicação de novos membros da Comissão de Processo Administrativo para que dessem andamento e concluíssem o processo no prazo determinado pelo TCU. A referida Comissão em seu Relatório Conclusivo de 18/08/2016 afirmou que: restou constatada a responsabilidade única e exclusiva das agências de propaganda contratadas pela SECOM, caso venha a ser comprovada a efetiva prática de ato ilegal, ilegítimo ou antieconômico de que resulte dano ao erário.

Por meio do Acórdão 5197/2016, proferiu a seguinte decisão: “*cabe à Secom/PR unicamente, caso não disponha de documentação suficiente para comprovar a regularidade do gasto efetuado, tomar as medidas administrativas necessárias para o ressarcimento do dano identificado. Caso seja necessário, após frustradas tais medidas, é obrigatório ao órgão público a instauração da TCE, processo no qual os responsáveis identificados terão a oportunidade de apresentar defesa, inclusive nos moldes ora antecipados pela Secom/PR. É possível, inclusive, no âmbito do processo, identificar outros responsáveis, como as agências de publicidade, e incluí-las na relação processual.*”

Desta forma, a Secom/CC/PR finalizou o Processo Administrativo de apuração e dará prosseguimento a instauração de Tomada de Contas Especial.

Quadro A.7.2.1 (2) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014

Caracterização da determinação/recomendação do OCI			
Processo	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014	1.1.1	Ofício nº 316/2014/COAUD-CISET-SG-PR, de 21.07.2014	22/07/2014
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação			
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN			
Descrição da determinação/recomendação			
Providenciar a elaboração do Planejamento Estratégico da Unidade, em atendimento ao item 2.1 do Planejamento e Resultados Alcançados da Decisão Normativa nº 127/2013 do Tribunal de Contas da União – TCU, ao art. 27, inciso XVII, alínea “a”, da Lei nº 10.683/2003, e ao critério 2 da avaliação do Gespública, instituído pelo Decreto nº 5.378/2005.			
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas			
Em atendimento a exigência de apresentação do Planejamento Estratégico da Decisão Normativa nº 134/2013 do TCU e a recomendação, de mesmo teor, constante do Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014, da Secretaria de Controle Interno da Secretaria-Geral da Presidência da República, a Secom/PR fez adesão a Ata de Registro de Preços nº 05/2014 do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – MP, advinda da recomendação de 2008 do TCU, com vista à contratação de consultoria especializada no desenvolvimento do Planejamento e Gestão Estratégica, resultando na contratação da empresa GD Consult – Gestão & Desenvolvimento Empresarial (Contrato nº 5/2014).			
Assinado em 11 de novembro de 2014, o contrato entre a Secom/PR e a referida consultoria estabeleceu como objeto “a prestação de serviços de apoio ao processo de planejamento e gestão estratégica, utilizando como referência a metodologia do <i>Balanced Scorecard</i> – BSC, por demanda, contemplando serviços de formulação, revisão, desdobramento (tradução), alinhamento, implementação, monitoramento e capacitação”. Ficou definida, também, a execução dos serviços em 04 etapas distintas, conforme segue:			
<p><b>1) Análise Ambiental e Formulação da Estratégia</b></p> <p>1.1 - Análise do Ambiente Interno e Externo</p> <p>1.2 - Definição/ Revisão da Missão e Visão do órgão</p> <p><b>2) Desdobramento (Tradução) da Estratégia</b></p> <p>2.1 - Elaboração do Mapa Estratégico</p> <p>2.2 - Elaboração e definição de indicadores e metas</p> <p>2.3 - Definição e composição da Carteira de Projetos estratégicos</p> <p>2.4 - Detalhamento dos Projetos (12 projetos)</p> <p><b>3) Alinhamento</b></p> <p>3.1 - Elaboração do Painel de Contribuição de unidade do órgão</p> <p><b>4) Monitoramento da Gestão Estratégica</b></p> <p>4.1 - Estruturação da área responsável pelo monitoramento da estratégia</p> <p>4.2 - Desenho do Processo de monitoramento da estratégia</p> <p>4.3 - Implementação e acompanhamento do monitoramento da estratégia</p>			
Conforme mencionado no Relatório de Gestão 2014, a Secom/PR deu continuidade, em 2015, ao seu processo de Planejamento Estratégico, para que todas as etapas desse trabalho fossem efetivamente concluídas.			
Com o intuito de criar um ambiente confortável para a execução dos serviços contratados, visando garantir que pudesse ser desempenhado da melhor maneira possível e dentro de um espaço temporal mais favorável a observância de todos os detalhes afetos ao trabalho de planejamento, a Secom revisou o cronograma de maneira a otimizar o cumprimento dos trabalhos, concluindo até o vencimento do contrato (em 11/02/2016) todas as etapas, com exceção ao serviço “4.3 - Implementação e acompanhamento do monitoramento da estratégia”. Frise-se que a não execução desse último serviço não compromete as demais entregas relacionadas à implementação do Planejamento Estratégico, uma vez que poderá ser realizado internamente pela equipe que acompanhou a Consultoria por 18 meses, incorporando conhecimento suficiente para agir como área de monitoramento da Estratégia.			
A Secom foi cientificada por meio do Acórdão 6500/2015 TCU-1ª Câmara que àquela Corte de Contas não vislumbrou			

a necessidade de proposição de medidas corretivas para o assunto, mantendo apenas ressalvas às contas, tendo em vista a iniciação da elaboração de planejamento estratégico e também pela contratação de empresa de consultoria para prestação de serviços de apoio ao processo de planejamento e gestão estratégica. Importante destacar que assunto foi objeto da Auditoria Interna das Contas do Exercício de 2015 e, em seu Relatório Conclusivo a Ciset concluiu que a Secom cumpriu com a determinação de implementar processo de planejamento estratégico, desempenhado ao longo de 2014 e 2015 e, alertou quanto à importância de se monitorar os indicadores e metas, alinhados aos objetivos estratégicos, a fim de se produzir melhorias no processo de gestão.

Quadro A.7.2.1 (3) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014

Caracterização da determinação/recomendação do OCI			
Processo	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014	2.1.1	Ofício nº 316/2014/COAUD-CISET-SG-PR, de 21.07.2014	22/07/2014
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação			
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN			
Descrição da determinação/recomendação			
Fazer gestões junto aos órgãos e entidades descentralizados para que apresentem as prestações de contas ou justifiquem formalmente a não apresentação.			
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas			
Foram solicitadas atualizações dos valores informados pelos Órgãos durante o exercício de 2015, ocasião em que houve prestação de contas parcial, que indicou a existência de pendências de pagamento. Tendo em vista a complexidade do processo de liquidação e pagamento dos referidos Órgãos, fixou-se prazo para implementação da presente recomendação em 31/03/2016.			
Em dezembro de 2016, a Secom apresentou à Ciset/PR, documentos comprobatórios da execução dos objetos firmados nos TED's. A Ciset/PR, por sua vez, destacou que o cerne principal da presente recomendação se referia à tomada de ações da gestão, entendendo assim que as ações realizadas pela Secom atendiam à recomendação.			

Quadro A.7.2.1 (4) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014

Caracterização da determinação/recomendação do OCI			
Processo	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014	2.1.1	Ofício nº 316/2014/COAUD-CISET-SG-PR, de 21.07.2014	22/07/2014
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação			
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN			
Descrição da determinação/recomendação			
Avaliar a oportunidade de elaborar manual de formalização dos Termos de Execução Descentralizada e de suas respectivas prestação de contas, a exemplo de outros órgãos da administração pública federal, de maneira a padronizar as ações de descentralização de créditos.			
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas			
<p>No processo de elaboração de Manual sobre Termos de Execução Descentralizada específicos para ações de publicidade, a SECOM deparou-se com manifestações jurídicas divergentes, principalmente as exaradas pela Câmara Permanente de Convênio, que precisam ser dirimidas pela Advocacia-Geral da União (AGU). Assim, esta Secretaria consolidou as questões pendentes em Nota Técnica, ainda em análise na Subchefia para Assuntos Jurídicos da Presidência da República (SAJ). Dessa forma, o prazo atual para implementação da presente recomendação ficou para 31/12/2016.</p> <p>A elaboração de manual de formalização dos Termos de Execução Descentralizada ainda continua impossibilitada tendo em vista o conteúdo da Nota Técnica nº 02/2015/DENOR/SGCN/SECOM-PR. Até esta data, não conseguimos retorno da Subchefia de Assuntos Jurídicos (SAJ) sobre a controvérsia apresentada no referido documento. Nesse ínterim, criamos um novo modelo de Termo de Execução Descentralizada, baseado em questionamentos levantados pelo SICOM, mais notadamente das áreas jurídicas desses órgãos, principalmente no que concerne à existência de Plano de Trabalho, que incorporamos no item V do nosso modelo de TED.</p>			

Quadro A.7.2.1 (5) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014

Caracterização da determinação/recomendação do OCI			
Processo	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014	2.1.2	Ofício nº 316/2014/COAUD-CISET-SG-PR, de 21.07.2014	22/07/2014
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação			
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN			
Descrição da determinação/recomendação			
Exigir do órgão ou entidade descentralizado que submeta à análise da SECOM as ações de que tratam os arts. 6º a 8º da Instrução Normativa SECOM-PR nº 2/2009, por meio dos sistemas disponibilizados aos integrantes do SICOM, em atendimento à obrigação prevista no Termo de Execução Descentralizada.			
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas			
As orientações para o Sicom estariam descritas em um Manual sobre elaboração de Termos de Execução Descentralizada específicos para ações de publicidade. Contudo, no processo de construção do Manual, a Secom deparou-se com manifestações jurídicas divergentes, principalmente as exaradas pela Câmara Permanente de Convênio, que precisam ser dirimidas pela Advocacia-Geral da União (AGU). Assim, esta Secretaria consolidou as questões pendentes em Nota Técnica que está em análise na Subchefia para Assuntos Jurídicos da Presidência da República (SAJ). Dessa forma, o prazo atual para implementação da presente recomendação ficou para 31/12/2016.			
Em dezembro de 2016 a Secom/CC/PR apresentou à Ciset/PR medidas de atualização dos sistemas para que os órgãos e entidades descentralizados incluíssem item de planejamento específico. Tal obrigação se refere ao registro de um novo item no PAC do órgão. A partir daí, como no sistema o campo “item de planejamento” é obrigatório para todas as ações publicitárias, os órgãos descentralizados deverão vincular o novo item de planejamento criado às ações referentes ao TED em questão. Dessa forma, é possível filtrar as ações executadas de forma descentralizada. Diante do exposto pela Secom/CC/PR, a Ciset/PR entendeu que as melhorias tinham sido implementadas e comprovadas.			

Quadro A.7.2.1 (6) – Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014

Caracterização da determinação/recomendação do OCI			
Processo	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
Relatório de Auditoria Anual de Contas nº 04/2014	2.1.2	Ofício nº 316/2014/COAUD-CISET-SG-PR, de 21.07.2014	22/07/2014
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação			
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão, Controle e Normas - SGCN			
Descrição da determinação/recomendação			
Adotar providências com vistas a monitorar nos sistemas disponibilizados aos integrantes do SICOM se as ações de publicidade realizadas por meio de descentralização de créditos estão em conformidade com o disposto nos arts. 6º a 8º da IN SECOM-PR nº 2/2009, exigindo do órgão ou entidade a inserção dos dados nos sistemas.			
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas			
As orientações para o SICOM estariam descritas em Manual sobre Termos de Execução Descentralizada específicos para ações de publicidade. Contudo, no processo de construção do Manual, a SECOM deparou-se com manifestações jurídicas divergentes, principalmente as exaradas pela Câmara Permanente de Convênio, que precisam ser dirimidas pela Advocacia-Geral da União (AGU). Assim, esta Secretaria consolidou as questões pendentes em Nota Técnica que está em análise na Subchefia para Assuntos Jurídicos da Presidência da República (SAJ). Dessa forma, o prazo atual para implementação da presente recomendação ficou para 31/12/2016.			
Em dezembro de 2016 a Secom apresentou à Ciset/PR medidas de atualização dos sistemas para que os órgãos e entidades descentralizados incluíssem item de planejamento específico. Tal obrigação se refere ao registro de um novo item no PAC do órgão. A partir daí, como no sistema o campo “item de planejamento” é obrigatório para todas as ações publicitárias, os órgãos descentralizados deverão vincular o novo item de planejamento criado às ações referentes ao TED em questão. Dessa forma, é possível filtrar as ações executadas de forma descentralizada. Diante do exposto pela Secom, a Ciset/PR entendeu que as melhorias tinham sido implementadas e comprovadas. O monitoramento é realizado por esta Secretaria Especial de Comunicação Social pela área específica.			

### 7.3 Medidas Administrativas para apuração de responsabilidade por danos ao Erário

Não existe caso de dano ao Erário em 2016.

### 7.4 Demonstração da conformidade do cronograma de pagamentos de obrigações com o art. 5º da Lei 8.666/1993

Os pagamentos seguem a ordem cronológica das datas de suas exigibilidades, em atendimento ao Art. 5º da Lei 8.666/93. Vale ressaltar que a Secom/CC/PR possui um Manual de Procedimento das Ações de Publicidade, cujo texto faz referência ao disposto na referida lei e detalha a forma em que ocorrerá a liquidação da despesa.

Além disso, para garantir o acompanhamento e o controle dos pagamentos, todas as notas fiscais são incluídas e monitoradas no sistema SecomWeb, onde podem ser extraídas informações sobre o seu andamento, desde a entrada na Secretaria até a

conclusão dos pagamentos.

## **7.5 Informações sobre a revisão dos contratos vigentes firmados com empresas beneficiadas pela desoneração da folha de pagamento**

Não se aplica.

## **7.6 Informações sobre ações de publicidade e propaganda**

Na tabela a seguir, as despesas executadas nos contratos firmados com as agências de publicidade e propaganda com créditos alocados na Secom:

Tabela 51 – Despesas com Publicidade

Publicidade	Programa/Ação orçamentária	Valores empenhados	Valores pagos
<b>Institucional</b>	04.131.2038.2017.0001	R\$ 167.408.910,11	R\$ 132.111.163,81
	04.124.2081.2D58.0001	R\$ 200.000,00	-
<b>Utilidade Pública</b>	04.131.2038.4641.0001	R\$ 13.831.897,00	R\$ 12.629.988,97
	14.131.2016.4641.0001	R\$ 300.000,00	-
	10.131.2115.4641.0001	R\$ 1.500.000,00	-
	04.131.2101.4641.0033	R\$ 300.000,00	-
	26.131.2101.4641.0001	R\$ 2.652.229,90	R\$ 2.507.724,65
<b>Total</b>	-	<b>R\$ 186.193.037,01</b>	R\$ 147.248.877,43

Fonte: Tesouro Gerencial

A Secom não realiza despesas com publicidade legal e mercadológica nas Ações dos Programas de Trabalho que lhe compete executar. Os contratos firmados pela União, por intermédio da Secom, para a execução de ações de Publicidade Institucional e de Publicidade de Utilidade Pública, pertinentes à Concorrência nº 002/2011, tiveram as seguintes vigências:

Tabela 52 – Contratos de Publicidade

Contrato	Contratada	Vigência
01/2012	Leo Burnett Publicidade Ltda	15/01/2016 a 16/01/2017
02/2012	NovaS/B Comunicação Ltda.	15/01/2016 a 16/01/2017
03/2012	Propeg Comunicação Ltda.	15/01/2016 a 16/01/2017

Fonte: [www.secom.gov.br](http://www.secom.gov.br)

O valor da contratação vigente em 31/12/2016 era de R\$ 187.500.000,00 (cento e oitenta e sete milhões e quinhentos mil reais), para o total das despesas a serem realizadas ao abrigo dos três contratos, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

## ANEXOS

### Anexo I – PPA – Espelho de Monitoramento 2016 – 1/3

 <p><b>Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão</b> <b>SOF / SEPLAN / SEST</b></p>	<p><b>Espelho do Monitoramento - 2016</b> <b>Objetivo: 1162</b></p>
<p><b>Filtro selecionado</b> <b>Período: Monitoramento PPA 2016</b> <b>Elementos a serem exibidos: Metas; Regionalização das Metas; Iniciativas; Fin. Extraorçamentários; Med. Institucionais; Ações;</b></p>	
<p><b>PROGRAMA: 2038 - Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública</b></p>	
<p><b>Informações Básicas</b></p>	
<p>Tipo de programa: Temático</p>	
<p><b>Informações do Monitoramento</b></p>	
<p>Relatório de Avaliação do Programa: Programa_2038.doc</p>	
<p><b>OBJETIVOS</b></p>	
<p><b>Objetivo: 1162 - Fortalecer a comunicação social do Poder Executivo Federal com a sociedade, promovendo o conhecimento das políticas, programas e ações governamentais de forma democrática, abrangente, transparente e interativa</b></p>	
<p><b>Informações Básicas</b></p>	
<p>Órgão: Presidência da República</p>	
<p><b>Informações do Monitoramento</b></p>	
<p>Análise Situacional do Objetivo: Em 2016, a Secretaria Especial de Comunicação Social da Casa Civil da Presidência da República (Secom/CC/PR) fortaleceu a comunicação social do Poder Executivo federal com a sociedade por meio de campanhas publicitárias, do aperfeiçoamento dos canais próprios de comunicação, da reformulação da linha editorial desses canais e da ampliação de conteúdos noticiosos em seus portais e redes sociais, entre outras iniciativas.</p>	
<p>A acessibilidade na comunicação governamental foi promovida com a inserção de legendas em materiais publicitários. Na comunicação digital, os canais próprios como Portal Planalto (planalto.gov.br), Portal Brasil (brasil.gov.br) e perfis em redes sociais contam com recursos de acessibilidade (legendas, alto contraste, alternativa textual, aumento de fonte, navegação por leitor de tela etc.). Os pronunciamentos oficiais do Presidente da República, veiculados em cadeia nacional de TV, possuem recursos de legendas e Libras.</p>	
<p>A presença de pessoas negras como protagonistas em campanhas publicitárias teve destaque nos vídeos da campanha de Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, Dia das Mulheres, 7 de setembro, entre outras.</p>	
<p>Os portais (brasil.gov.br e planalto.gov.br) tiveram sua linha editorial focada numa linguagem mais adequada ao ambiente de Internet e às redes sociais, utilizando ainda recursos como infográficos e animações que propiciaram melhor entendimento e assimilação da informação. No Portal Brasil, os conteúdos regionalizados geraram mais proximidade das informações do Poder Executivo federal junto aos cidadãos, levando informações de interesse público sobre sua região/estado/cidade.</p>	
<p>Nos projetos patrocinados pelo Poder Executivo federal foram valorizados aspectos de diversidade étnica e cultural, respeito à igualdade em questões raciais, geracionais e de gênero e acessibilidade de pessoas com deficiência. Diversas contrapartidas sociais e de sustentabilidade foram desenvolvidas por meio das ações de comunicação patrocinadas em 2016, tais como compensação do gás carbônico gerado para a realização do projeto; palestras abertas à comunidade com temas ligados a saúde, alimentação, esporte e bem estar; doação de mudas de plantas para o público e, exibição de vídeo ou distribuição de folheto, de campanha publicitária com orientações sobre temas relevantes como o combate ao Aedes Aegypti.</p>	
<p>Anexo: Proposta de alteração_Plano Plurianual_SECOM PR_2016_2019.pdf</p>	
<p>Assunto: Solicitamos a alteração/inclusão de algumas Metas e Iniciativas do PPA Secom PR 2016-2019 conforme documento anexo.</p>	
<p><b>METAS</b></p>	
<p><b>Meta: 04RW - Aperfeiçoar os canais de comunicação do Poder Executivo Federal com foco em multimídias digitais</b></p>	
<p><b>Informações Básicas</b></p>	
<p>Instituição Responsável pela Apuração: SECOM-PR</p>	
<p><b>Informações do Monitoramento</b></p>	
<p>Análise Situacional da Meta: Em 2016, os canais de comunicação próprios do Poder Executivo federal foram aperfeiçoados com a mudança da linha editorial, ampliação de acesso com menos perfis pulverizados e presença focada no Portal Planalto e no Portal Brasil e nas redes sociais.</p>	
<p>O Portal Brasil foi reestruturado e atualizado com a aplicação de “mobile first”, que é o design de site pensado primeiramente em versão mobile e responsivo, adequando ao novo contexto da web, e atualizado pelo novo Sistema de Gerenciamento de Conteúdo, que gerencia e publica conteúdo de forma organizada com mais rapidez e facilidade.</p>	
<p>Foram produzidos vídeos, textos, notícias, infográficos com conteúdos regionalizados, para demonstrar a atuação do Governo Federal por todo o Brasil, e em todos os portais e redes sociais de gestão da Secom/PR.</p>	
<p>A Identidade Padrão de Comunicação Digital - IDG para os sites institucionais dos órgãos do Poder Executivo federal foi mantida para o Portal Governo.</p>	
<p>Essas mudanças nos canais de comunicação digital permitem que o cidadão tenha maior facilidade de acesso e interesse pelos conteúdos divulgados pelo Governo Federal.</p>	
<p>Providências a serem tomadas: Meta com bom andamento.</p>	

## Anexo I – PPA – Espelho de Monitoramento 2016 – 2/3



Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão  
SOF / SEPLAN / SEST

Espelho do Monitoramento - 2016  
Objetivo: 1162

**Meta: 04RX - Valorizar a diversidade étnica e cultural e o respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero, acessibilidade e de orientação sexual nas ações de comunicação do Poder Executivo Federal**

**Informações Básicas**

Instituição Responsável pela Apuração: SECOM-PR

**Informações do Monitoramento**

Análise Situacional da Meta: A valorização da diversidade étnica e cultural e o respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero, acessibilidade e de orientação sexual foram traduzidas em ações de publicidade, patrocínio, na divulgação de notícias nos portais Planalto (planalto.gov.br) e Brasil (brasil.gov.br) e nos canais de comunicação próprios e perfis do Governo nas redes sociais.

No ano de 2016, várias ações de publicidade utilizaram pessoas negras como protagonistas a exemplo: Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio2016, Dia das Mulheres; Enfrentamento à intolerância religiosa; Bandeiras tarifárias; Semana da Pátria - 7 de setembro; Alistamento e seleção para serviço militar; e Proteção aos direitos de crianças e adolescentes.

As peças publicitárias audiovisuais realizadas pela Secom possuem legendas para acessibilidade e, quando disponibilizadas nos canais próprios de comunicação digital, contam ainda com recursos de acessibilidade desses meios. Os pronunciamentos oficiais do Presidente da República, veiculados em cadeia nacional de TV, são legendados e traduzidos em Libras.

O site secom.gov.br possui navegação que atende às principais recomendações do WCAG (World Content Accessibility Guide) do W3C e, no caso do Governo Brasileiro, ao e-MAG (Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico).

Para consolidar o posicionamento do Governo Federal, com presença contínua e atrativa de ações publicitárias na Internet, foram promovidas adequações nas mensagens considerando as especificidades do meio e as características dos diversos públicos-alvo; estabelecimento de padrões linguagem com vistas a proporcionar unicidade e sinergia entre os diversos esforços e temas divulgados; aprimoramento da atuação no meio digital com programação eficiente e abrangente; uso de ferramentas de Business Intelligence – BI nas ações publicitárias online garantindo maior agilidade na gestão de conteúdo e rentabilidade na compra de espaços publicitários.

Em 2016, foram autorizadas 50 ações de divulgação com investimentos em mídia publicitária, cujas estratégias contemplaram uma programação diversificada de meios e veículos de comunicação. Sobre esse aspecto, destacam-se as ações de combate ao mosquito Aedes aegypti, Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 e de prevenção às queimadas.

Nos projetos patrocinados pelo Poder Executivo federal foram valorizados aspectos de diversidade étnica e cultural, respeito à igualdade em questões raciais, geracionais e de gênero e acessibilidade de pessoas com deficiência.

Diversas contrapartidas sociais e de sustentabilidade foram desenvolvidas por meio das ações de comunicação patrocinadas em 2016, tais como compensação do gás carbônico gerado para a realização do projeto; palestras abertas à comunidade com temas ligados a saúde, alimentação, esporte e bem estar; doação de mudas de plantas para o público e, exibição de vídeo ou distribuição de folheto, de campanha publicitária com orientações sobre temas relevantes como o combate ao Aedes Aegypti.

Providências a serem tomadas: Meta com bom andamento.

**INICIATIVAS**

**Iniciativa: 06ME - Ampliação do acesso aos canais de comunicação digital do Poder Executivo Federal fornecendo conteúdos atrativos e relevantes**

**Informações Básicas**

Individualizada: Não

**Iniciativa: 06MF - Reestruturação e atualização das tecnologias dos portais**

**Informações Básicas**

Individualizada: Não

**Iniciativa: 06MG - Adequação dos portais do Poder Executivo Federal para o acesso via dispositivos móveis**

**Informações Básicas**

Individualizada: Não

**Iniciativa: 06MH - Revisão da linha editorial com vistas em delimitar o conteúdo de cada portal**

**Informações Básicas**

Individualizada: Não

**Iniciativa: 06MI - Produção de conteúdos regionalizados, para facilitar o acesso do cidadão às informações do Poder Executivo Federal na sua região/estado/cidade**

**Informações Básicas**

Individualizada: Não

**Iniciativa: 06MJ - Estabelecimento da política de interatividade dos comentários nas redes sociais**

**Informações Básicas**

Individualizada: Não

## Anexo I – PPA – Espelho de Monitoramento 2016 – 3/3



Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão  
SOF / SEPLAN / SEST

Espelho do Monitoramento - 2016  
Objetivo: 1162

Iniciativa: 06MK - Produção de conteúdos com a linguagem das redes sociais

Informações Básicas

Individualizada: Não

Iniciativa: 06ML - Acompanhamento e orientação da Identidade Padrão de Comunicação Digital dos portais do Poder Executivo Federal

Informações Básicas

Individualizada: Não

Iniciativa: 06MM - Promoção da presença de pessoas negras com protagonismo em representações positivas na publicidade institucional do Poder Executivo Federal e estimular ações semelhantes no âmbito do Poder Público em geral

Informações Básicas

Individualizada: Não

Iniciativa: 06MN - Promoção da acessibilidade na comunicação do governo para inclusão das pessoas surdas e cegas

Informações Básicas

Individualizada: Não

Iniciativa: 06MO - Ampliação da participação de projetos selecionados por meio de edital de seleção pública dos órgãos de patrocínios e entidades da Administração Pública Federal

Informações Básicas

Individualizada: Não

Iniciativa: 06MP - Ampliação da disseminação das ações publicitárias do Poder Executivo Federal por meio de uma estratégia de mídia que contemple uma programação abrangente de veículos de comunicação, com foco no interior do país e respeite as características estratégicas de cada política

Informações Básicas

Individualizada: Não

## Anexo II – Pré-Teste – Campanha Bandeiras Tarifárias – 1/3



### RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PRÉ TESTE

AÇÃO	Campanha Bandeiras Tarifárias
PERÍODO	A partir de abril de 2016
INVESTIMENTO	Previsão - R\$ 25 milhões
AGÊNCIA	Leo Burnett
<b>JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS</b>	
<p>Em decorrências das melhores condições climáticas, das ações implementadas pelo Governo Federal e do uso consciente da energia por parte da população, em abril está prevista a bandeira tarifária verde, desonerando as contas de energia elétrica com taxas extras.</p> <p>A presente ação tem como objetivo informar os fatores que contribuíram para essa redução da bandeira tarifária, valorizando o engajamento da sociedade na adoção de hábitos positivos no combate ao desperdício de energia e no seu uso consciente.</p>	

INDICADORES DE EFICIÊNCIA E EFICÁCIA				
PESQUISAS DE PRÉ TESTE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS				
Pontos analisados	Não apropriado	Parcialmente apropriado	Apropriado	Superou
Impacto			X	
Entendimento			X	
Adequação			X	

## Anexo II – Pré-Teste – Campanha Bandeiras Tarifárias – 2/3



Receptividade				X
<b>OBSERVAÇÕES:</b>				
<p>A pesquisa qualitativa de pré teste teve como objetivo avaliar a percepção dos grupos em relação à linha criativa a ser adotada na Campanha Bandeiras Tarifárias, contemplando também a verificação da conveniência de veiculação da mesma. Buscou, ainda, identificar eventuais pontos a serem ajustados para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.</p> <p>Foram realizados 9 grupos de discussão, em três capitais representativas das regiões Sudeste, Nordeste e Sul, a saber: São Paulo, Recife e Porto Alegre, entre os dia 1º e 4 de abril, com representantes das classes sociais B2 e C, de ambos os sexos, das faixas etárias de 18 a 45 anos.</p> <p>Principais resultados identificados pela pesquisa:</p> <p>Os grupos demonstram perceber que nos últimos meses a conta de luz teve um aumento significativo e informam terem adotado atitudes de economia no uso de aparelhos elétricos. Alguns participantes demonstram entender a sistemática das bandeiras tarifárias, com informações precisas, sendo que outros não sabem explicar. E mesmo os que não sabem explicar percebem que é algo positivo a mudança da bandeira vermelha ou amarela para verde.</p> <p>O filme da campanha foi bem recebido por todos os grupos, nas três praças, repassando sentimentos de Otimismo, Esperança, Alívio, Felicidade e Satisfação. Não obstante a instabilidade do momento político, todos os participantes demonstraram boa receptividade à campanha, pela importância e relevância da informação divulgada e por tratar-se de um assunto que conta com o interesse imediato de todos.</p> <p>A compreensão da mensagem foi evidente, havendo bom entendimento da informação divulgada e dos fatores que contribuíram para a bandeira tarifária verde. Também agradou a todos o tom e a postura da apresentadora na divulgação das informações e a disposição das imagens que reforçam os procedimentos de economia de energia.</p> <p>Alguns pontos do roteiro foram questionados, como "a bandeira tarifária em abril é verde". Porém, a sugestão de mudança para "a partir de abril" não é passível de adoção, na medida em que os custos de energia são aferidos mensalmente e o filme não pode divulgar uma informação sem garantia de validade.</p>				

## Anexo II – Pré-Teste – Campanha Bandeiras Tarifárias – 3/3



Outro trecho questionado foi "o Brasil fez sua parte com novas hidrelétricas". Os grupos sugerem a inclusão de outras fontes de energia e a adoção do verbo no gerúndio "está fazendo". O referido trecho será ajustado para "o Brasil fez sua parte com novas usinas de energia sustentável", conforme considerações do Ministério de Minas Energia, que reportam às novas usinas de energia renovável, efetivamente implementadas.

Assim, identifica-se que o filme publicitário gera envolvimento positivo e sensação de engajamento por todos os grupos, sendo bem avaliado nas três praças pesquisadas. Apesar do sentimento de ceticismo em relação ao Governo Federal, em face do cenário político de insatisfações, a campanha contou com uma receptividade acima da esperada e o filme avaliado não gerou baixa credibilidade.

### CONCLUSÃO:

A proposta criativa vencedora no procedimento de seleção interna contribui para o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para a campanha e as considerações dos grupos foram objeto de apreciação por parte da Ministério de Minas Energia e da Secom.

Emerson Muzi  
Diretor do Departamento de Publicidade  
Abril 2016.

Anexo III – Pós-Teste - Campanha Bandeiras Tarifárias – 1/4

Comunicação 126  
Secretaria de Comunicação Social - PR - 2016  
Assunto: Pós-Teste Campanha Bandeiras Tarifárias

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PÓS TESTE	
AÇÃO	Campanha Bandeiras Tarifárias
PERÍODO	04 de abril a 31 de maio de 2016
INVESTIMENTO	R\$ 22.160.030,14
AGÊNCIA	Leo Burnett
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	
<p>A presente ação teve como objetivo informar os fatores que contribuíram para a redução da bandeira tarifária, para cor verde – sem taxa extra, valorizando o engajamento da sociedade na adoção de hábitos positivos no combate ao desperdício de energia e no seu uso consciente, bem como as ações do Governo Federal.</p>	

INDICADORES DE EFICIÊNCIA E EFICÁCIA				
PESQUISAS DE PÓS TESTE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS				
Pontos analisados	Não apropriado	Parcialmente apropriado	Apropriado	Superou
Lembrança		X		
Entendimento			X	
Assimilação			X	
Mudança de percepção			X	
OBSERVAÇÕES:				
A pesquisa qualitativa de pós teste teve como objetivo identificar o entendimento, a assimilação, a lembrança e a mudança de percepção da Campanha Bandeiras				

*P. S. 25*

129  
Rubrica: Sef  
- PR -  
Secretaria de Comunicação Social

Tarifárias.

Foram realizados 6 grupos de discussão, em três capitais representativas das regiões Sudeste, Nordeste e Sul, a saber: São Paulo, Recife e Porto Alegre. Foram selecionados representantes das classes sociais B2, C1 e C2, de ambos os sexos, das faixas etárias de 18 a 30 e 31 a 45 anos.

Principais resultados identificados pela pesquisa:

- A campanha Bandeiras Tarifárias não teve um recall espontâneo. Mesmo entre os que disseram ter visto, não souberam apontar elementos da campanha que de fato comprovassem a lembrança. Contudo, vale ressaltar que a pesquisa qualitativa não configura-se como o melhor instrumento para aferição de índices de lembrança.
- O tema da campanha Bandeiras desperta críticas e desconfianças e o assunto tem aderência com conceitos negativos, como racionamento, ônus e corrupção.
- Foram identificados diferentes níveis de conhecimento em relação ao tema Bandeiras Tarifárias, sendo a praça de São Paulo a mais informada, a de Porto Alegre a mais crítica e a de Recife a com mais dúvidas em relação ao assunto.
- A maioria acha o assunto relevante por ser uma questão que afeta diretamente a economia das famílias. Os participantes entendem que a divulgação sobre o tema "consumo consciente" é um papel do Governo.
- O filme foi considerado agradável por todos e o tom positivo e dinâmico da apresentadora foi bem avaliado, por repassar credibilidade. A apresentadora negra também agradou os participantes por representar uma autêntica brasileira, o que agregou proximidade e identificação do público com a ação de comunicação.
- Os *letterings* do filme foram bem avaliados por terem ajudado a reforçar a mensagem e a gerar maior compreensão da mesma.
- O filme é visto como uma comemoração por uma conquista resultante da união de todos em prol de um objetivo. Estimula ainda a população para um consumo mais consciente da energia.
- Os anúncios dirigidos ao público pessoa física foram bem avaliados. A imagem da apresentadora sorrindo traz positividade e otimismo, além de transmitir proximidade e leveza. As dicas divulgadas em um dos anúncios de forma simples e os ícones estimularam a leitura do texto.
- O anúncio dirigido ao público pessoa jurídica também foi bem avaliado e contou

P-57

### Anexo III – Pós-Teste - Campanha Bandeiras Tarifárias – 3/4

130  
Sérgio  
PR - Sociedade Civil

com identificação por parte da grande maioria dos participantes. Os grupos entendem que quando as empresas estão financeiramente saudáveis ocorre a manutenção de empregos. A frase "O Brasil não vai parar" é considerada uma mensagem positiva por repassar otimismo.

- O spot de rádio foi a peça mais lembrada em todas as praças, a suavidade da voz e a clareza foram capazes de gerar identificação na divulgação da informação. A peça conseguiu captar a atenção e gerar o maior índice de lembrança.
- A campanha traz elementos positivos sobre o assunto Bandeiras Tarifárias e o tom escolhido foi bastante assertivo.
- Depois de assistirem a campanha, mesmo os mais céticos e críticos apresentam uma maior consciência e um novo ponto de vista sobre o consumo de energia.
- Os grupos consideraram a campanha didática, clara e objetiva com uma linguagem que todos entendem. Transparência, credibilidade, clareza, otimismo e proximidade foram os grandes acertos.
- A divulgação sobre consumo consciente agrupa modernidade à imagem do Governo e dá concretude para um tema que às vezes soa conceitual demais. O enfoque na interligação das ações de todos remete a conceitos positivos como o de economia compartilhada.

ALCANCE E FREQUÊNCIA DA MÍDIA			
Pontos analisados	Planejado	Executado	Resultado
Alcance / Cobertura	69,38%	70,60%	+1,22%
Frequência	2,82	2,45	-0,37
Padrão: atingir no mínimo 70% do alcance e frequência prevista no plano de mídia.			
<b>OBSERVAÇÕES:</b>			
Para efeito dessa avaliação, o plano de mídia executado apresentou falhas na programação de TV Aberta. Inicialmente foram planejadas 39 inserções, sendo 36			

PT  
A

### Anexo III – Pós-Teste - Campanha Bandeiras Tarifárias – 4/4



entregues pelos veículos programados no período da campanha. De acordo com os estudos de alcance/cobertura e frequência, extraídos por meio de ferramenta do Instituto IBOPE, essa alteração não representou perda significativa na eficiência da mídia. Especificamente sobre o índice comparativo à Frequência, cuja representação é de 86,87%, se encontra dentro do parâmetro estabelecido para essa avaliação.

#### CONCLUSÃO:

A campanha atendeu aos objetivos e desafios de comunicação estabelecidos no briefing, considerando o contexto de sua veiculação.

Emerson Muzi  
Diretor do Departamento de Publicidade  
Maio 2016

  
Sandra Persijn  
Diretora de Midia  
Maio 2016

## Anexo IV – Pré-Teste Campanha Intolerância Religiosa – 1/4



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO	
PRÉ-TESTE	
AÇÃO	CAMPANHA INTOLERÂNCIA RELIGIOSA
PERÍODO	maio/2016
INVESTIMENTO	Estimado R\$ 10 milhões
AGÊNCIA	Leo Burnett - Demanda 2016 0011 e 2016 0022
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	
<p>A Constituição Federal consagra como direito fundamental a liberdade de religião, prescrevendo que o Brasil é um país laico, ou seja, nosso Estado não pode adotar, incentivar ou promover qualquer deus ou religião, embora propicie a seus cidadãos uma perfeita compreensão religiosa, tanto para quem acredita em deus(es) como para quem não acredita neles, proscrevendo a intolerância e o fanatismo.</p> <p>Nesse sentido, cabe à comunicação sensibilizar a sociedade quanto à importância do respeito à diversidade, valorizando o princípio constitucional da liberdade de credo e livre pensamento.</p> <p>Assim, o Estado deve promover a proteção e a garantia do livre exercício religioso, mas deve existir uma divisão clara entre o Estado e a Igreja (religiões em geral), de forma que suas decisões não sejam norteadas por doutrinas religiosas; portanto, não pode existir nenhuma religião ou deus oficial, qualquer que sejam.</p> <p>Denúncias de violações contra religiões de matriz africana, comunidades quilombolas, de terreiros e ciganas podem ser feitas por meio do serviço do Governo Federal - Disque 100, que atua na garantia dos direitos humanos. O Disque 100, juntamente com a Ouvidoria da Igualdade Racial, são instrumentos oferecidos pelo Governo Federal no combate ao racismo.</p> <p>De acordo com a Ouvidoria da Secretaria de Direitos Humanos do Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos, em 2015 houve um aumento no número total de denúncias de violação e de discriminação religiosa em relação a 2014. Em 2014, a Ouvidoria recebeu 149 denúncias. Já em 2015, houve um aumento de 69,13%, com 252 denúncias recebidas.</p> <p>Diante desse quadro, entende-se como oportuno e importante realizar ações de comunicação publicitária com os seguintes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reforçar a percepção de que a diversidade é um fator de diferenciação do Brasil e que deve ser preservado, protegido em todas as suas nuances, neste caso específico no que diz respeito à liberdade de pensamento, de consciência e de religião;</li> <li>- Criar uma consciência nacional para a necessidade da garantia da liberdade de crença e práticas religiosas, no entanto, com enfoque no racismo sofrido pelos Povos e</li> </ul>	

## Anexo IV – Pré-Teste Campanha Intolerância Religiosa – 2/4

102  
Ricardo  
S/

Comunidades Negras Tradicionais; - Valorizar o respeito e a liberdade frente a diversidade de opiniões, crenças e culturas; e - Divulgar o serviço de atendimento Disque 100 . Intolerância Religiosa e Racismo.				
<b>INDICADORES DE EFICIÊNCIA E EFICÁCIA</b>				
<b>PESQUISAS DE PRÉ-TESTE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS</b>				
Pontos analisados	Não apropriado	Parcialmente apropriado	Apropriado	Superou
Conveniência da ação			X	
Assimilação		X		
Entendimento			X	
Adequação			X	
Envolvimento/ Receptividade			X	
<b>OBSERVAÇÕES:</b>				
<p>A pesquisa qualitativa de pré-teste teve como objetivo avaliar a percepção dos grupos em relação à linha criativa apresentada pela Agência de Propaganda Leo Burnett, intitulada RACISMO RELIGIOSO, abordando a conveniência da ação, receptividade do público, o entendimento e compreensão da linguagem da campanha, a adequação (identificação e credibilidade), a percepção em relação à mensagem divulgada, a assimilação e retenção do discurso e seu poder de mobilização e adesão.</p> <p>O processo de seleção dos participantes de pesquisas qualitativas segue critérios de cobertura amostral, ou seja, busca apresentar diferentes perfis de pessoas nos segmentos populacionais de interesse.</p> <p>Foram realizados 9 grupos de discussão, nas praças de Recife/PE, São Paulo/SP e Porto Alegre/RS, para avaliação da linha criativa proposta para a campanha.</p> <p>Nas dinâmicas de discussões dos grupos, surgiram as seguintes observações:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. substituição do termo "matriz africana" por "origem africana", pois a compreensão do referido termo não faz parte do repertório léxico dos entrevistados. Por outro lado, todos os entrevistados a compreenderam diante do contexto apresentado;</li> <li>2. o termo "racismo religioso" era desconhecido pela maioria dos entrevistados. Houve inclusive dificuldade de compreensão porque algumas pessoas entenderam que representantes de diversas etnias são adeptos das religiões</li> </ol>				

## Anexo IV – Pré-Teste Campanha Intolerância Religiosa – 3/4



de matriz africana;

3. Os entrevistados entendem que o termo preconceito é mais adequado que racismo;
4. a frase "o problema é que pouca coisa mudou" causou desconforto em grande parte dos entrevistados, conforme pretendido com o tipo de abordagem campanha.

Principais resultados identificados com a pesquisa:

- O storyboard apresentado foi bem avaliado pelos entrevistados nas três praças estudadas;
- Os objetivos de comunicação são atingidos em todas as áreas de abordagem avaliadas;
- Algumas adaptações no roteiro e nas imagens propostas podem contribuir para aumentar a identificação do público com as peças da campanha e a assimilação dos conteúdos a serem divulgados;
- O material apresentado tem a capacidade de gerar engajamento emocional nos entrevistados porque trata de um assunto sensível que as pessoas consideram incômodo mencionar;
- Os materiais geram sentimentos conflitantes – positivos e negativos – que, segundo os entrevistados, estimulam a reflexão sobre o assunto;
- Pontos positivos: conteúdo apresentado pertinente e relevante, desperta a atenção dos entrevistados porque impacta emocionalmente.
- Pontos Negativos: pouca clareza sobre o assunto que está sendo tratado: racismo ou religião?
- Oportunidades: Mostrar mudanças positivas em relação ao racismo no Brasil
- Ameaças: Algumas pessoas consideram que o material não representa totalmente a sociedade porque mostra apenas pessoas negras – risco de não identificação.
- Comentários específicos sobre as peças:
  - ✓ O anúncio "Baiana" foi bem avaliado, mas foi considerado um pouco preconceituoso porque retratava apenas negros nas imagens. A principal sugestão dada pelos entrevistados é mesclar etnias nas fotos dos anúncios.
  - ✗ Os entrevistados tiveram dúvidas em relação à frase da peça "Capoeira": "A herança africana é riqueza. A intolerância religiosa não

#### Anexo IV – Pré-Teste Campanha Intolerância Religiosa – 4/4

104  
S. G.  
PR - SECCIONAL  
- Secretaria de Comunicação  
Pública

<p>tem valor".</p> <p>✓ Alguns poucos entrevistados questionaram a imagem da capoeira relacionada à religião.</p>
<b>CONCLUSÃO:</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Foi feita adequação do termo para "Racismo na Religião", com vistas a reduzir dificuldades de compreensão desse conceito; frente ao qual o estranhamento mostrou-se natural em virtude do ineditismo de sua aplicação em peças publicitárias;</li><li>2. Apesar das sugestões de mudanças na expressão "Religiões de Matriz Africana", o gestor da temática, SEPPIR, manifestou-se pela manutenção da expressão nas peças publicitárias;</li><li>3. A linha criativa proposta pela Agência Leo Burnett cumpre o objetivo de sensibilizar a sociedade quanto à importância do respeito à diversidade e aborda de maneira contundente e direta a discriminação das religiões de matriz africana. O formato criativo permite uma boa compreensão da mensagem e agrada a maioria dos entrevistados.</li></ol>

Emerson Muzzi  
Diretor do Departamento de Publicidade  
Maio/2015

## Anexo V – Pré-Teste Campanha Prestação de Contas – 1/4



### RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PRÉ-TESTE

AÇÃO	CAMPANHA DE PRESTAÇÃO DE CONTAS E AÇÕES DE OPORTUNIDADE
PERÍODO	A partir de abril/2016
INVESTIMENTO	Estimado R\$ 50 milhões
AGÊNCIA	Nova S/B, Propeg e Leo Burnett - Demanda 2016 0014
<b>JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS</b>	
<p>O Princípio da Publicidade estabelecido na Constituição Federal assegura aos cidadãos o conhecimento e acompanhamento dos atos praticados com recursos públicos, como garantia democrática da liberdade, no que concerne ao controle da atuação do Governo.</p> <p>Nesse sentido, a comunicação de governo deve fornecer informações qualificadas e de interesse público que informem e estimulem a participação da sociedade no debate, na formulação e no acompanhamento das políticas públicas. Além disso, deve possibilitar o entendimento dos rumos seguidos pelo país e promover envolvimento e articulação entre os diversos segmentos da sociedade, propiciando ampla divulgação de direitos e serviços e maior transparência e controle social.</p> <p>É importante que a população, além de compreender a visão estratégica do Governo Federal, conheça as ações implementadas e os benefícios diretos e indiretos para sua vida. Que perceba a sinergia da atuação governamental na promoção do desenvolvimento econômico e social do país.</p> <p>Com esse propósito, a Secom tem desenvolvido ações publicitárias de Prestação de Contas, dando visibilidade às ações governamentais que contribuem para a geração de amplas oportunidades e mais qualidade de vida para todos os brasileiros. Também oportuniza pautas da agenda governamental, alinhadas com o esforço de comunicação institucional de Prestação de Contas.</p> <p>No momento, a partir do conhecimento dessas premissas e da habitualidade de campanha publicitária dessa natureza, as agências NovaSB e Propeg</p>	

## Anexo V – Pré-Teste Campanha Prestação de Contas – 2/4

apresentaram, por iniciativa própria, proposta de ação de publicidade com o objetivo de atender essa necessidade de comunicação.

55  
Rúrica SP  
PR

INDICADORES DE EFICIÊNCIA E EFICÁCIA				
PESQUISAS DE PRÉ-TESTE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS				
Pontos analisados	Não apropriado	Parcialmente apropriado	Apropriado	Superou
Assimilação			X	
Entendimento			X	
Adequação			X	
Envolvimento/ Receptividade			X	
OBSERVAÇÕES:				
<p>A pesquisa qualitativa de pré-teste teve como objetivo avaliar a percepção dos grupos em relação à linha criativa apresentada pelas Agências de Propaganda Nova S/B e Propeg, intitulada Interesse Público, identificando o entendimento, a adequação, a assimilação e o envolvimento/receptividade da mensagem divulgada.</p> <p>Foram realizados 6 grupos de discussão, em Recife/PE, São Paulo/SP e Porto Alegre/RS, para a avaliação da campanha, com a apresentação de dois filmes sobre o Programa Bolsa Família, um roteiro de filme sobre o Programa Mais Médicos e outro relativo ao Ensino Superior.</p> <p>De modo geral, o estudo apontou que, apesar de haver um sentimento de ceticismo muito elevado em relação ao Governo Federal, impactando na credibilidade e no envolvimento com a propaganda, as peças apresentadas são bem avaliadas pelos entrevistados e atingem os objetivos das quatro áreas de abordagem avaliadas, exceto credibilidade (dentro de adequação).</p>				



Principais resultados identificados pela pesquisa:

- O estudo apontou que a campanha é bem recebida pelos entrevistados uma vez que aborda temas relevantes.
- Quanto à assimilação, de modo geral, houve compreensão da mensagem por parte dos entrevistados.
- Também não houve dificuldade de compreensão da linguagem utilizada nas peças, o que aponta para o entendimento da campanha.
- Em relação à adequação, os entrevistados consideram os assuntos importantes e relevantes, e manifestaram interesse em receber mais informações sobre eles. As peças agradaram à maioria dos entrevistados. No entanto, ressalta-se que, de modo geral, a falta de confiança dos entrevistados em relação ao emissor da mensagem afeta a credibilidade das peças.
- As peças apresentadas cumprem o objetivo de comunicar uma mensagem importante para a população e, com isso, despertar sentimentos positivos. No entanto, para alguns entrevistados, essa esperança se confronta com a falta de confiança no governo.
- Comentários específicos sobre as peças:
  - ✓ Alguns homens se sentiram excluídos das mensagens relativas ao Bolsa Família. Por outro lado, a maioria dos entrevistados considera positiva essa valorização e esse reconhecimento do papel da mulher no cuidado da casa e da família.
  - ✓ Quando o tema é Mais Médicos, o programa não é percebido no cotidiano da maioria dos entrevistados, que aliado à desconfiança em relação ao emissor da mensagem, gera uma rejeição entre os entrevistados. Também, em todos os grupos, os entrevistados entendem que o programa é sinônimo de atendimento público de saúde, considerado ruim e, portanto, refletindo na avaliação da peça publicitária. Como sugestão para melhoria da credibilidade dessa peça, indica-se a apresentação de dados tornando-a mais informativa.
  - ✓ A peça relativa ao Ensino Superior teve significativo grau de aceitação, uma vez que há o reconhecimento da existência e abrangência das políticas públicas.

## Anexo V – Pré-Teste Campanha Prestação de Contas – 4/4

### CONCLUSÃO:

A proposta criativa apresentada pelas Agências Nova S/B e Propeg cumpre o objetivo de fornecer informação qualificada e de interesse público. O formato criativo permite uma boa compreensão da mensagem e agrada a maioria dos entrevistados.

Emerson Muzi  
Diretor do Departamento de Publicidade  
Março/2015



## Anexo VI – Pós-Teste - Campanha Prestação de Contas – 1/3



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PÓS-TESTE	
AÇÃO	CAMPANHA DE PRESTAÇÃO DE CONTAS E AÇÕES DE OPORTUNIDADE
PERÍODO	15 de abril a 30 de maio/2016
INVESTIMENTO	R\$ 43.151.771,20
AGÊNCIA – EXECUÇÃO COMPARTILHADA	Nova S/B, Propeg e Leo Burnett - Demanda 2016 0014
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	
<p>O Princípio da Publicidade estabelecido na Constituição Federal assegura aos cidadãos o conhecimento e acompanhamento dos atos praticados com recursos públicos, como garantia democrática da liberdade, no que concerne ao controle da atuação do Governo.</p> <p>Nesse sentido, a comunicação de governo deve fornecer informações qualificadas e de interesse público que informem e estimulem a participação da sociedade no debate, na formulação e no acompanhamento das políticas públicas. Além disso, deve possibilitar o entendimento dos rumos seguidos pelo país e promover envolvimento e articulação entre os diversos segmentos da sociedade, propiciando ampla divulgação de direitos e serviços e maior transparência e controle social.</p> <p>É importante que a população, além de compreender a visão estratégica do Governo Federal, conheça as ações implementadas e os benefícios diretos e indiretos para sua vida. Que perceba a sinergia da atuação governamental na promoção do desenvolvimento econômico e social do país.</p> <p>Com esse propósito, a Secom tem desenvolvido ações publicitárias de Prestação de Contas, dando visibilidade às ações governamentais que contribuem para a geração de amplas oportunidades e mais qualidade de vida para todos os brasileiros. Também oportuniza pautas da agenda governamental, alinhadas com o esforço de comunicação institucional de Prestação de Contas.</p>	

## Anexo VI – Pós-Teste - Campanha Prestação de Contas – 2/3



INDICADORES DE EFICIÊNCIA E EFICÁCIA				
PESQUISAS DE PÓS-TESTE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS				
Pontos analisados	Não apropriado	Parcialmente apropriado	Apropriado	Superou
Assimilação			X	
Entendimento			X	
Adequação			X	
Envolvimento/Receptividade			X	
<p>A pesquisa qualitativa de pós-teste teve como objetivo identificar a assimilação, o entendimento, a adequação e o envolvimento/receptividade da Campanha de Prestação de Contas e Ações de Oportunidade.</p> <p>Foram realizados 06 grupos de discussão, sendo 02 grupos por praça, nas cidades de Porto Alegre/RS, São Paulo/ SP e Salvador/BA, no período de 13 a 18 de maio de 2016.</p> <p>Os resultados da pesquisa apontam que a Campanha de Prestação de Contas e Ações de Oportunidade:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De modo geral, foi bem avaliada.</li> <li>• Os temas divulgados são considerados, pela grande maioria dos entrevistados, relevantes e importantes de serem comunicados.</li> <li>• Houve compreensão das mensagens e internalização dos discursos, assim como não houve dificuldade para compreensão da linguagem empregada.</li> <li>• As peças agradaram e a maioria dos entrevistados considera que os conteúdos apresentados sobre os Programas correspondem à realidade, embora, em alguns casos, para eles os benefícios tenham sido superestimados ou valorizados.</li> </ul>				

## Anexo VI – Pós-Teste - Campanha Prestação de Contas – 3/3



- Mesmo assim, o desconhecimento sobre um ou outro Programa, especialmente o Mais Médicos, afeta negativamente a identificação dos entrevistados com o mesmo.
- Além disso, as peças geram impacto emocional e alguns entrevistados mencionaram que podem motivar as pessoas a buscarem mais informações sobre os Programas.
- Embora haja um ceticismo muito elevado em relação às promessas do Governo Federal, a maioria das peças apresentadas não foi avaliada como possuindo baixa credibilidade.

### CONCLUSÃO:

A campanha atendeu aos objetivos e desafios de comunicação estabelecidos no briefing, considerando o contexto de sua veiculação.

*Emerson Muzi*

Diretor do Departamento de Publicidade

Maio/2016



**RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO  
PRÉ TESTE**

<b>AÇÃO</b>	Campanha Reforma da Previdência
<b>PERÍODO</b>	Novembro de 2016
<b>INVESTIMENTO</b>	Previsão - R\$ 14 milhões
<b>AGÊNCIA</b>	Propeg

**JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS**

A previdência social precisa adaptar-se à nova realidade demográfica brasileira a fim de que a atual geração em idade ativa e as próximas que a sucederão tenham a garantia de seus benefícios. O perfil da sociedade brasileira vem mudando rapidamente, com o aumento da expectativa de vida e a diminuição da fecundidade, o que altera a proporção de ativos e inativos no mercado de trabalho.

De acordo com os dados das Projeções Populacionais do IBGE (2013), enquanto há, hoje, 140,9 milhões de pessoas em idade ativa, em 2060 haverá 131,4 milhões, número 6,7% inferior. No mesmo período, o número de idosos crescerá 262,7%. Hoje, uma em cada dez pessoas é idosa; em 2060, uma em cada três pessoas será idosa. Ou seja, a evolução demográfica aponta para uma maior quantidade de beneficiários, os quais, além de mais numerosos, serão mais longevos. Ademais, a idade média de aposentadoria no Brasil é baixa, enquanto a expectativa de sobrevida cresce, o que pressiona mais o sistema.

A reforma da previdência é uma necessidade urgente para o País. No entanto, a sociedade brasileira tem pouco entendimento de como funciona a previdência social e, menos ainda, das razões para essa mudança profunda, que deve afetar a vida de todos. Segundo pesquisa com grupo focal, realizada pela Assessoria de Pesquisa de Opinião Pública (de 16 a 20 de agosto de 2016), 44% das pessoas dizem não compreender direito sobre Previdência e sequer já ouviram falar em mudanças nas regras.

Esse cenário demonstrou a necessidade de desenvolvimento de uma campanha que trate a questão da reforma previdenciária de forma didática e acessível a todos, com o

## Anexo VII – Pré-Teste – Reforma da Previdência – 2/4



objetivo de levar entendimento à sociedade brasileira de forma geral e sanar as principais dúvidas.

INDICADORES DE EFICIÊNCIA E EFICÁCIA				
PESQUISAS DE PRÉ TESTE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS				
Pontos analisados	Não apropriado	Parcialmente apropriado	Apropriado	Superou
Assimilação			X	
Entendimento			X	
Adequação			X	
Envolvimento/ Receptividade			X	
OBSERVAÇÕES:				
A pesquisa qualitativa de pré teste teve como objetivo avaliar a percepção dos grupos em relação à linha criativa a ser adotada na campanha "Reforma da Previdência", contemplando também a verificação da conveniência de veiculação da mesma. Buscou, ainda, identificar eventuais pontos a serem ajustados para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.				
Foram realizados 6 grupos de discussão, em três capitais representativas das regiões Sudeste, Nordeste e Sul, a saber: São Paulo, Recife e Porto Alegre, entre os dia 29 e 30 de novembro, com representantes das classes sociais A2, B1, B2 e C, de ambos os sexos, das faixas etárias de 25 a 60 anos.				
Principais resultados identificados pela pesquisa:				
De forma geral, os materiais foram bem avaliados pelos entrevistados, que consideraram a veiculação da campanha extremamente relevante, tendo em vista que, segundo eles, trata-se de assunto de interesse coletivo e não de promoção do				



Governo Federal.

A compreensão sobre o tema "previdência" é bastante vaga, o que gera muitas concepções equivocadas sobre o assunto. Nesse sentido, de forma geral, a tentativa do Governo Federal de esclarecer, de maneira didática, acessível e objetiva, os principais pontos de questionamento foi bem recebida.

A mensagem principal da campanha - da necessidade reformar o sistema previdenciário brasileiro para garantir a continuidade do pagamento dos benefícios no futuro – foi bem assimilada por todos os grupos pesquisados. Foram identificados, no entanto, alguns termos de difícil compreensão, como, por exemplo, "déficit", o que indica a necessidade de pequenos ajustes nas peças apresentadas, no sentido de serem minimizados possíveis ruídos.

Quanto à retenção da mensagem, aferiu-se que a campanha desperta o interesse em saber mais detalhes sobre a proposta de reforma, o que já era esperado, dado que o assunto, de fato, é bastante abrangente e a campanha publicitária, por ter limitações de tempo e espaço, não tem capacidade de exaurir todas as dúvidas. Por esse motivo, será criada uma página no internet, para onde todas as peças publicitárias direcionarão, onde o cidadão poderá obter mais informações sobre o tema.

Em relação à adequação (agradabilidade), por um lado, a campanha agrada porque trata de um assunto importante para os entrevistados, mas, por outro, desagrada, dado que o conteúdo é considerado incômodo.<sup>1</sup> Constatou-se que a maioria dos entrevistados considera que a proposta feita na campanha é necessária e inevitável, mas alguns entrevistados questionam a necessidade da reforma.

Percebe-se que a credibilidade da campanha é questionada não pelo formato ou conteúdo das peças em si, mas pela temática que aborda, ou seja, a "reforma da previdência" propriamente dita. Essa questão da credibilidade impacta negativamente o envolvimento/receptividade da campanha no que tange a adesão e mobilização daqueles que não acreditam na proposta da reforma da previdência como um todo. Ainda em relação à receptividade, embora o teor de alguns vídeos seja considerado ameaçador e fatalista, houve avaliação positiva do tom, que foi percebido como direto e objetivo, transmitindo a mensagem de urgência.

#### CONCLUSÃO:

Conclui-se que a percepção e avaliação dos materiais apresentados é bastante

## Anexo VII – Pré-Teste – Reforma da Previdência – 4/4



impactada pela opinião prévia de cada entrevistado sobre o tema "reforma da previdência". Todavia, de forma geral, a maioria dos entrevistados reconhece que a reforma é necessária e, portanto, adota uma postura receptiva em relação aos materiais apresentados.

A campanha como um todo foi bem avaliada e os entrevistados consideraram extremamente relevante e importante a sua veiculação.

  
José Bello  
Diretor do Departamento de Publicidade  
Novembro de 2016.



## Anexo VIII – Balanço Financeiro – UG110319



### MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TITULO	BALANÇO FINANCEIRO - TODOS OS ORÇAMENTOS	EXERCICIO 2017	PERÍODO Anual	
SUBTITULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR	EMISSAO 22/02/2017	PAGINA 1	
ORGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA	VALORES EM UNIDADES DE REAL		

INGRESSOS			DISPÊNDIOS		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
Receitas Orçamentárias	-	-	Despesas Orçamentárias	50.220.000,00	279.371.955,17
Ordinárias	-	-	Ordinárias	50.220.000,00	269.371.955,17
Vinculadas	-	-	Vinculadas	-	10.000.000,00
(-) Deduções da Receita Orçamentária	-	-	Outros Recursos Vinculados a Órgãos e Programas	10.000.000,00	
Transferências Financeiras Recebidas	46.808.125,09	367.739.838,15	Transferências Financeiras Concedidas	19.021.515,63	59.986.220,38
Resultantes da Execução Orçamentária	16.000.000,00	291.919.845,37	Resultantes da Execução Orçamentária	3.000.000,00	32.021.827,30
Repasso Recebido		3.717.184,04	Repasso Concedido	3.000.000,00	32.021.827,30
Sub-repasso Recebido	16.000.000,00	288.202.661,33	Independentes da Execução Orçamentária	16.021.515,63	27.964.393,08
Independentes da Execução Orçamentária	30.808.125,09	75.819.992,78	Transferências Concedidas para Pagamento de RP	16.021.515,63	27.946.848,34
Transferências Recebidas para Pagamento de RP	29.569.206,36	75.807.220,50	Movimento de Saldos Patrimoniais		17.544,74
Movimentação de Saldos Patrimoniais	1.238.918,73	12.772,28	Aporte ao RPPS	-	-
Aporte ao RPPS	-	-	Aporte ao RGPS	-	-
Aporte ao RGPS	-	-	Despesas Extraorçamentárias	19.322.095,30	113.458.293,12
Recebimentos Extraorçamentários	50.220.000,00	76.450.059,08	Pagamento dos Restos a Pagar Processados	-	-
Inscrição dos Restos a Pagar Processados	1.296.010,15	-	Pagamento dos Restos a Pagar Não Processados	19.322.095,30	113.440.748,38
Inscrição dos Restos a Pagar Não Processados	48.923.989,85	76.414.969,60	Depósitos Restituíveis e Valores Vinculados	-	17.544,74
Depósitos Restituíveis e Valores Vinculados	-	17.544,74	Outros Pagamentos Extraorçamentários	-	-
Outros Recebimentos Extraorçamentários	-	17.544,74	Saldo para o Exercício Seguinte	9.975.104,89	1.510.590,73
Arrecadação de Outra Unidade		17.544,74	Caixa e Equivalentes de Caixa	9.975.104,89	1.510.590,73
Saldo do Exercício Anterior	1.510.590,73	10.137.162,17	TOTAL	98.538.715,82	454.327.059,40
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.510.590,73	10.137.162,17			
<b>TOTAL</b>	<b>98.538.715,82</b>	<b>454.327.059,40</b>			

## Anexo IX – Balanço Financeiro – UG110574



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TITULO	BALANÇO FINANCEIRO - TODOS OS ORÇAMENTOS	EXERCICIO 2017	PERÍODO Anual
SUBTITULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR	EMISSAO 22/02/2017	PAGINA 1
ORGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA	VALORES EM UNIDADES DE REAL	

INGRESSOS			DISPÊNDIOS		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
Receitas Orçamentárias	-	-	Despesas Orçamentárias	-	-
Ordinárias	-	-	Ordinárias	-	-
Vinculadas	-	-	Vinculadas	-	-
(-) Deduções da Receita Orçamentária	-	-		-	-
Transferências Financeiras Recebidas	-	4.699.223,39	Transferências Financeiras Concedidas	-	-
Resultantes da Execução Orçamentária	-	-	Resultantes da Execução Orçamentária	-	-
Independentes da Execução Orçamentária	-	4.699.223,39	Independentes da Execução Orçamentária	-	-
Transferências Recebidas para Pagamento de RP	-	4.699.223,39	Aporte ao RPPS	-	-
Aporte ao RPPS	-	-	Aporte ao RGPS	-	-
Aporte ao RGPS	-	-		-	-
Recebimentos Extraorçamentários	-	-	Despesas Extraorçamentárias	-	4.699.223,39
Inscrição dos Restos a Pagar Processados	-	-	Pagamento dos Restos a Pagar Processados	-	-
Inscrição dos Restos a Pagar Não Processados	-	-	Pagamento dos Restos a Pagar Não Processados	-	4.699.223,39
Depósitos Restituíveis e Valores Vinculados	-	-	Depósitos Restituíveis e Valores Vinculados	-	-
Outros Recebimentos Extraorçamentários	-	-	Outros Pagamentos Extraorçamentários	-	-
Saldo do Exercício Anterior	-	-	Saldo para o Exercício Seguinte	-	-
Caixa e Equivalentes de Caixa	-	-	Caixa e Equivalentes de Caixa	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>4.699.223,39</b>	<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>4.699.223,39</b>

## Anexo X – Balanço Orçamentário – UG110319 – 1/3



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TÍTULO	BALANÇO ORÇAMENTÁRIO - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO Anual
EMISSÃO 22/02/2017	PÁGINA 1
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

RECEITA				
RECEITAS ORÇAMENTÁRIAS	PREVISÃO INICIAL	PREVISÃO ATUALIZADA	RECEITAS REALIZADAS	SALDO
<b>RECEITAS CORRENTES</b>				
<b>Receitas Tributárias</b>				
Impostos	-	-	-	-
Taxas	-	-	-	-
Contribuições de Melhoria	-	-	-	-
<b>Receitas de Contribuições</b>				
Contribuições Sociais	-	-	-	-
Contribuições de Intervenção no Domínio Económico	-	-	-	-
Cont. Entidades Privadas de Serviço Social Formação Profis.	-	-	-	-
<b>Receita Patrimonial</b>				
Exploração do Patrimônio Imobiliário do Estado	-	-	-	-
Valores Mobiliários	-	-	-	-
Delegação de Serviços Públicos	-	-	-	-
Exploração de Recursos Naturais	-	-	-	-
Exploração do Patrimônio Intangível	-	-	-	-
Cessão de Direitos	-	-	-	-
Demais Receitas Patrimoniais	-	-	-	-
<b>Receita Agropecuária</b>				
<b>Receita Industrial</b>				
<b>Receitas de Serviços</b>				
Serviços Administrativos e Comerciais Gerais	-	-	-	-
Serviços e Atividades Referentes à Navegação e ao Transporte	-	-	-	-
Serviços e Atividades Referentes à Saúde	-	-	-	-
Serviços e Atividades Financeiras	-	-	-	-
Outros Serviços	-	-	-	-
<b>Transferências Correntes</b>				
<b>Outras Receitas Correntes</b>				
Multas Administrativas, Contratuais e Judiciais	-	-	-	-
Indenizações, Restituições e Ressarcimentos	-	-	-	-
Bens, Direitos e Valores Incorporados ao Patrimônio Público	-	-	-	-
Demais Receitas Correntes	-	-	-	-
<b>RECEITAS DE CAPITAL</b>				
<b>Operações de Crédito</b>				
Operações de Crédito - Mercado Interno	-	-	-	-
Operações de Crédito - Mercado Externo	-	-	-	-
<b>Alienação de Bens</b>				
Alienação de Bens Móveis	-	-	-	-
Alienação de Bens Imóveis	-	-	-	-
Alienação de Bens Intangíveis	-	-	-	-
<b>Amortização de Empréstimos</b>				
<b>Transferências de Capital</b>				
<b>Outras Receitas de Capital</b>				

## Anexo X – Balanço Orçamentário – UG110319 – 2/3



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TÍTULO	BALANÇO ORÇAMENTÁRIO - TODOS OS ORÇAMENTOS	EXERCÍCIO	2017	PERÍODO	Anual
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR	EMISSÃO	22/02/2017	PÁGINA	2
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA	VALORES EM UNIDADES DE REAL			

RECEITA					
RECEITAS ORÇAMENTÁRIAS	PREVISÃO INICIAL	PREVISÃO ATUALIZADA	RECEITAS REALIZADAS	SALDO	
Integralização do Capital Social	-	-	-	-	-
Resultado do Banco Central do Brasil	-	-	-	-	-
Remuneração das Disponibilidades do Tesouro Nacional	-	-	-	-	-
Resgate de Títulos do Tesouro Nacional	-	-	-	-	-
Demais Receitas de Capital	-	-	-	-	-
<b>RECURSOS ARRECADADOS EM EXERCÍCIOS ANTERIORES</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>SUBTOTAL DE RECEITAS</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>REFINANCIAMENTO</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Operações de Crédito - Mercado Interno	-	-	-	-	-
Mobiliária	-	-	-	-	-
Contratual	-	-	-	-	-
Operações de Crédito - Mercado Externo	-	-	-	-	-
Mobiliária	-	-	-	-	-
Contratual	-	-	-	-	-
<b>SUBTOTAL COM REFINANCIAMENTO</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>DÉFICIT</b>			<b>50.220.000,00</b>		<b>50.220.000,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>50.220.000,00</b>		<b>50.220.000,00</b>
<b>DETALHAMENTO DOS AJUSTES NA PREVISÃO ATUALIZADA</b>					
Créditos Adicionais Abertos com Superávit Financeiro	-	-	-	-	-
Créditos Adicionais Abertos com Excesso de Arrecadação	-	-	-	-	-
Créditos Cancelados Líquidos	-	-	-	-	-
Créditos Adicionais Reabertos	-	-	-	-	-

DESPESA						
DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS	DOTAÇÃO INICIAL	DOTAÇÃO ATUALIZADA	DESPESAS EMPENHADAS	DESPESAS LIQUIDADAS	DESPESAS PAGAS	SALDO DA DOTAÇÃO
<b>DESPESAS CORRENTES</b>			<b>50.220.000,00</b>	<b>1.296.010,15</b>		<b>-50.220.000,00</b>
Pessoal e Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	-	-	<b>50.220.000,00</b>	<b>1.296.010,15</b>		<b>-50.220.000,00</b>
<b>DESPESAS DE CAPITAL</b>						
Investimentos	-	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-	-
<b>RESERVA DE CONTINGÊNCIA</b>						
<b>RESERVA DO RPSS</b>						
<b>SUBTOTAL DAS DESPESAS</b>			<b>50.220.000,00</b>	<b>1.296.010,15</b>		<b>-50.220.000,00</b>
<b>AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA / REFINANCIAMENTO</b>						
Amortização da Dívida Interna	-	-	-	-	-	-
Dívida Mobiliária	-	-	-	-	-	-
Outras Dívidas	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida Externa	-	-	-	-	-	-
Dívida Mobiliária	-	-	-	-	-	-

## Anexo X – Balanço Orçamentário – UG110319 – 3/3



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

EXERCICIO  
2017

PERÍODO  
Anual

TÍTULO	BALANÇO ORÇAMENTÁRIO - TODOS OS ORÇAMENTOS	EMISSÃO 22/02/2017	PÁGINA 3	
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR			
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA	VALORES EM UNIDADES DE REAL		

DESPESA						
DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS	DOTAÇÃO INICIAL	DOTAÇÃO ATUALIZADA	DESPESAS EMPENHADAS	DESPESAS LIQUIDADAS	DESPESAS PAGAS	SALDO DA DOTAÇÃO
Outras Dívidas	-	-	-	-	-	-
<b>SUBTOTAL COM REFINANCIAMENTO</b>	-	-	<b>50.220.000,00</b>	<b>1.296.010,15</b>	-	<b>-50.220.000,00</b>
<b>TOTAL</b>	-	-	<b>50.220.000,00</b>	<b>1.296.010,15</b>	-	<b>-50.220.000,00</b>

### ANEXO 1 - DEMONSTRATIVO DE EXECUÇÃO DOS RESTOS A PAGAR NÃO PROCESSADOS

DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS	INSCRITOS EM EXERCÍCIOS ANTERIORES	INSCRITOS EM 31 DE DEZEMBRO DO EXERCÍCIO ANTERIOR	LIQUIDADOS	PAGOS	CANCELADOS	SALDO
<b>DESPESAS CORRENTES</b>						
Pessoal e Encargos Sociais	18.508.239,50	76.414.969,60	25.235.808,43	19.322.095,30	-	75.601.113,80
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	18.508.239,50	76.414.969,60	25.235.808,43	19.322.095,30	-	75.601.113,80
<b>DESPESAS DE CAPITAL</b>						
Investimentos	-	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>18.508.239,50</b>	<b>76.414.969,60</b>	<b>25.235.808,43</b>	<b>19.322.095,30</b>	-	<b>75.601.113,80</b>

### ANEXO 2 - DEMONSTRATIVO DE EXECUÇÃO RESTOS A PAGAR PROCESSADOS E NÃO PROCESSADOS LIQUIDADOS

DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS	INSCRITOS EM EXERCÍCIOS ANTERIORES	INSCRITOS EM 31 DE DEZEMBRO DO EXERCÍCIO ANTERIOR	PAGOS	CANCELADOS	SALDO
<b>DESPESAS CORRENTES</b>					
Pessoal e Encargos Sociais	-	-	-	-	-
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	-	-	-	-	-
<b>DESPESAS DE CAPITAL</b>					
Investimentos	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## Anexo XI – Balanço Orçamentário – UG110574 – 1/3



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TÍTULO	BALANÇO ORÇAMENTÁRIO - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO Anual
EMISSÃO 22/02/2017	PÁGINA 1
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

RECEITA				
RECEITAS ORÇAMENTÁRIAS	PREVISÃO INICIAL	PREVISÃO ATUALIZADA	RECEITAS REALIZADAS	SALDO
<b>RECEITAS CORRENTES</b>	-	-	-	-
<b>Receitas Tributárias</b>	-	-	-	-
Impostos	-	-	-	-
Taxas	-	-	-	-
Contribuições de Melhoria	-	-	-	-
<b>Receitas de Contribuições</b>	-	-	-	-
Contribuições Sociais	-	-	-	-
Contribuições de Intervenção no Domínio Econômico	-	-	-	-
Cont. Entidades Privadas de Serviço Social Formação Profis.	-	-	-	-
<b>Receita Patrimonial</b>	-	-	-	-
Exploração do Patrimônio Imobiliário do Estado	-	-	-	-
Valores Mobiliários	-	-	-	-
Delegação de Serviços Públicos	-	-	-	-
Exploração de Recursos Naturais	-	-	-	-
Exploração do Patrimônio Intangível	-	-	-	-
Cessão de Direitos	-	-	-	-
Demais Receitas Patrimoniais	-	-	-	-
<b>Receita Agropecuária</b>	-	-	-	-
<b>Receita Industrial</b>	-	-	-	-
<b>Receitas de Serviços</b>	-	-	-	-
Serviços Administrativos e Comerciais Gerais	-	-	-	-
Serviços e Atividades Referentes à Navegação e ao Transporte	-	-	-	-
Serviços e Atividades Referentes à Saúde	-	-	-	-
Serviços e Atividades Financeiras	-	-	-	-
Outros Serviços	-	-	-	-
<b>Transferências Correntes</b>	-	-	-	-
<b>Outras Receitas Correntes</b>	-	-	-	-
Multas Administrativas, Contratuais e Judiciais	-	-	-	-
Indenizações, Restituições e Ressarcimentos	-	-	-	-
Bens, Direitos e Valores Incorporados ao Patrimônio Público	-	-	-	-
Demais Receitas Correntes	-	-	-	-
<b>RECEITAS DE CAPITAL</b>	-	-	-	-
<b>Operações de Crédito</b>	-	-	-	-
Operações de Crédito - Mercado Interno	-	-	-	-
Operações de Crédito - Mercado Externo	-	-	-	-
<b>Alienação de Bens</b>	-	-	-	-
Alienação de Bens Móveis	-	-	-	-
Alienação de Bens Imóveis	-	-	-	-
Alienação de Bens Intangíveis	-	-	-	-
<b>Amortização de Empréstimos</b>	-	-	-	-
<b>Transferências de Capital</b>	-	-	-	-
<b>Outras Receitas de Capital</b>	-	-	-	-

## Anexo XI – Balanço Orçamentário – UG110574 – 2/3



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TITULO	BALANÇO PATRIMONIAL - TODOS OS ORÇAMENTOS	EXERCICIO 2017	PERÍODO Anual
SUBTITULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR	EMISSAO 22/02/2017	PAGINA 2
ORGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA	VALORES EM UNIDADES DE REAL	

ATIVO			PASSIVO		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
Direitos de Uso de Imóveis	-	-			
Direitos de Uso de Imóveis	-	-			
(-) Amortização Acumulada de Direito de Uso de Imóveis	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável Direito de Uso de Imóveis	-	-			
Diferido	-	-			
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		<b>-</b>

ATIVO			PASSIVO		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
<b>ATIVO FINANCEIRO</b>			<b>PASSIVO FINANCEIRO</b>		
<b>ATIVO PERMANENTE</b>			<b>PASSIVO PERMANENTE</b>		
<b>SALDO PATRIMONIAL</b>	<b>3.874.192,85</b>	<b>3.874.192,85</b>		<b>3.874.192,85</b>	<b>3.874.192,85</b>

Quadro de Compensações

ATIVO			PASSIVO		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Ativos			ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Passivos		
<b>SALDO DOS ATOS POTENCIAIS ATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>SALDO DOS ATOS POTENCIAIS PASSIVOS</b>	<b>195.230.271,20</b>	<b>195.230.271,20</b>
Execução dos Atos Potenciais Ativos	-	-	Execução dos Atos Potenciais Passivos	195.230.271,20	195.230.271,20
Garantias e Contragarantias Recebidas a Executar	-	-	Garantias e Contragarantias Concedidas a Execut	-	-
Direitos Conveniados e Outros Instrumentos Cong	-	-	Obrigações Conveniadas e Outros Instrum Congên	-	-
Direitos Contratuais a Executar	-	-	Obrigações Contratuais a Executar	195.230.271,20	195.230.271,20
Outros Atos Potenciais Ativos a Executar	-	-	Outros Atos Potenciais Passivos a Executar	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>TOTAL</b>	<b>195.230.271,20</b>	<b>195.230.271,20</b>

DEMONSTRATIVO DO SUPERÁVIT/DÉFICIT FINANCEIRO APURADO NO BALANÇO PATRIMONIAL

DESTINAÇÃO DE RECURSOS		SUPERÁVIT/DÉFICIT FINANCEIRO
Recursos Ordinários		-3.874.192,85
Recursos Vinculados		-
<b>TOTAL</b>		<b>-3.874.192,85</b>

## Anexo XI – Balanço Orçamentário – UG110574 – 3/3



### MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TITULO	BALANÇO ORÇAMENTÁRIO - TODOS OS ORÇAMENTOS	EXERCICIO 2017	PERÍODO Anual	
SUBTITULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR	EMISSAO 22/02/2017	PAGINA 3	
ORGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA	VALORES EM UNIDADES DE REAL		

DESPESA						
DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS	DOTAÇÃO INICIAL	DOTAÇÃO ATUALIZADA	DESPESAS EMPENHADAS	DESPESAS LIQUIDADAS	DESPESAS PAGAS	SALDO DA DOTAÇÃO
<b>SUBTOTAL COM REFINANCIAMENTO</b>	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	-

ANEXO 1 - DEMONSTRATIVO DE EXECUÇÃO DOS RESTOS A PAGAR NÃO PROCESSADOS

DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS	INSCRITOS EM EXERCÍCIOS ANTERIORES	INSCRITOS EM 31 DE DEZEMBRO DO EXERCÍCIO ANTERIOR	LIQUIDADOS	PAGOS	CANCELADOS	SALDO
<b>DESPESAS CORRENTES</b>						
Pessoal e Encargos Sociais	3.874.192,85	-	-	-	-	3.874.192,85
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	3.874.192,85	-	-	-	-	3.874.192,85
<b>DESPESAS DE CAPITAL</b>						
Investimentos	-	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>3.874.192,85</b>	-	-	-	-	<b>3.874.192,85</b>

ANEXO 2 - DEMONSTRATIVO DE EXECUÇÃO RESTOS A PAGAR PROCESSADOS E NAO PROCESSADOS LIQUIDADOS

DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS	INSCRITOS EM EXERCÍCIOS ANTERIORES	INSCRITOS EM 31 DE DEZEMBRO DO EXERCÍCIO ANTERIOR	PAGOS	CANCELADOS	SALDO
<b>DESPESAS CORRENTES</b>					
Pessoal e Encargos Sociais	-	-	-	-	-
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	-	-	-	-	-
<b>DESPESAS DE CAPITAL</b>					
Investimentos	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## Anexo XII – Balanço Patrimonial – UG110319 – 1/2



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TÍTULO	BALANÇO PATRIMONIAL - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO Anual
EMISSÃO 22/02/2017	PÁGINA 1
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

ATIVO			PASSIVO		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>	<b>11.741.104,89</b>	<b>3.276.590,73</b>	<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>	<b>7.210.070,27</b>	<b>346,99</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	9.975.104,89	1.510.590,73	Obrigações Trabalh., Previd. e Assist. a Pagar a Curto Prazo	-	-
Créditos a Curto Prazo	-	-	Empréstimos e Financiamentos a Curto Prazo	-	-
Demais Créditos e Valores a Curto Prazo	1.766.000,00	1.766.000,00	Fornecedores e Contas a Pagar a Curto Prazo	6.506.704,11	346,99
Investimentos e Aplicações Temporárias a Curto Prazo	-	-	Obrigações Fiscais a Curto Prazo	-	-
Estoques	-	-	Obrigações de Repartição a Outros Entes	-	-
VPDs Pagas Antecipadamente	-	-	Provisões de Curto Prazo	-	-
			Demais Obrigações a Curto Prazo	703.366,16	-
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Ativo Realizável a Longo Prazo	-	-	Obrigações Trabalh., Previd. e Assist. a Pag. de Longo Prazo	-	-
Investimentos	-	-	Empréstimos e Financiamentos a Longo Prazo	-	-
Participações Permanentes	-	-	Fornecedores e Contas a Pagar a Longo Prazo	-	-
Propriedades para Investimento	-	-	Obrigações Fiscais a Longo Prazo	-	-
Propriedades para Investimento	-	-	Provisões de Longo Prazo	-	-
(-) Depreciação Acumulada de Propriedades p/ Investimentos	-	-	Demais Obrigações a Longo Prazo	-	-
(-) Redução ao Valor Rec. de Propriedades para Investimentos	-	-	Resultado Diferido	-	-
Investimentos do RPSS de Longo Prazo	-	-	<b>TOTAL DO PASSIVO EXIGÍVEL</b>	<b>7.210.070,27</b>	<b>346,99</b>
Investimentos do RPSS de Longo Prazo	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável de Investimentos do RPSS	-	-			
Demais Investimentos Permanentes	-	-	<b>ESPECIFICAÇÃO</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Demais Investimentos Permanentes	-	-	Patrimônio Social e Capital Social	-	-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Demais Invest. Perm.	-	-	Adiantamentos para Futuro Aumento de Capital (AFAC)	-	-
<b>Imobilizado</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	Reservas de Capital	-	-
Bens Móveis	-	-	Ajustes de Avaliação Patrimonial	-	-
Bens Móveis	-	-	Reservas de Lucros	-	-
(-) Depreciação/Amortização/Exaustão Acum. de Bens Móveis	-	-	Demais Reservas	-	-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Bens Móveis	-	-	Resultados Acumulados	4.531.034,62	3.276.243,74
Bens Imóveis	-	-	Resultado do Exercício	1.254.790,88	-8.077.032,61
Bens Imóveis	-	-	Resultados de Exercícios Anteriores	3.276.243,74	11.353.276,35
(-) Depr./Amortização/Exaustão Acum. de Bens Imóveis	-	-	(-) Ações / Cotas em Tesouraria	-	-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Bens Imóveis	-	-	<b>TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>4.531.034,62</b>	<b>3.276.243,74</b>
<b>Intangível</b>	<b>-</b>	<b>-</b>			
Softwares	-	-			
Softwares	-	-			
(-) Amortização Acumulada de Softwares	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável de Softwares	-	-			
Marcas, Direitos e Patentes Industriais	-	-			
Marcas, Direitos e Patentes Industriais	-	-			
(-) Amortização Acumulada de Marcas, Direitos e Patentes Ind	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável de Marcas, Direitos e Pat.	-	-			

## Anexo XII – Balanço Patrimonial – UG110319 – 2/2



### MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TITULO	BALANÇO PATRIMONIAL - TODOS OS ORÇAMENTOS	EXERCICIO 2017	PERÍODO Anual	
SUBTITULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR	EMISSAO 22/02/2017	PAGINA 2	
ORGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA	VALORES EM UNIDADES DE REAL		

ESPECIFICAÇÃO	ATIVO		PASSIVO			
	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO		2017	2016
			Direitos de Uso de Imóveis	Direitos de Uso de Imóveis		
Direitos de Uso de Imóveis	-	-				
Direitos de Uso de Imóveis	-	-				
(-) Amortização Acumulada de Direito de Uso de Imóveis	-	-				
(-) Redução ao Valor Recuperável Direito de Uso de Imóveis	-	-				
Diferido	-	-				
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>11.741.104,89</b>	<b>3.276.590,73</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		<b>11.741.104,89</b>	<b>3.276.590,73</b>

ESPECIFICAÇÃO	ATIVO		PASSIVO			
	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO		2017	2016
			ATIVO FINANCEIRO	PASSIVO FINANCEIRO		
ATIVO FINANCEIRO	<b>9.975.104,89</b>	<b>1.510.590,73</b>			<b>125.821.113,80</b>	<b>94.923.209,10</b>
ATIVO PERMANENTE	<b>1.766.000,00</b>	<b>1.766.000,00</b>	PASSIVO PERMANENTE		<b>346,99</b>	<b>346,99</b>
<b>SALDO PATRIMONIAL</b>	<b>114.080.355,90</b>	<b>91.646.965,36</b>				

#### Quadro de Compensações

ESPECIFICAÇÃO	ATIVO		PASSIVO		
	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Passivos	2017	2016
			ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Ativos		
<b>SALDO DOS ATOS POTENCIAIS ATIVOS</b>	<b>2.720.872,07</b>	<b>2.720.872,07</b>	<b>SALDO DOS ATOS POTENCIAIS PASSIVOS</b>	<b>285.868.495,81</b>	<b>141.021.830,02</b>
Execução dos Atos Potenciais Ativos	2.720.872,07	2.720.872,07	Execução dos Atos Potenciais Passivos	285.868.495,81	141.021.830,02
Garantias e Contragarantias Recebidas a Executar	-	-	Garantias e Contragarantias Concedidas a Executar	-	-
Direitos Conveniados e Outros Instrumentos Cong	2.720.872,07	2.720.872,07	Obrigações Conveniadas e Outros Instrum Congén	15.499.945,22	31.621.460,85
Direitos Contratuais a Executar	-	-	Obrigações Contratuais a Executar	270.368.550,59	109.400.369,17
Outros Atos Potenciais Ativos a Executar	-	-	Outros Atos Potenciais Passivos a Executar	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>2.720.872,07</b>	<b>2.720.872,07</b>	<b>TOTAL</b>	<b>285.868.495,81</b>	<b>141.021.830,02</b>

#### DEMONSTRATIVO DO SUPERÁVIT/DÉFÍCIT FINANCEIRO APURADO NO BALANÇO PATRIMONIAL

DESTINAÇÃO DE RECURSOS	SUPERÁVIT/DÉFÍCIT FINANCEIRO
Recursos Ordinários	<b>-114.400.717,95</b>
Recursos Vinculados	<b>-1.445.290,96</b>
Operação de Crédito	4.840,20
Outros Recursos Vinculados a Órgãos e Programas	<b>-1.450.131,16</b>
<b>TOTAL</b>	<b>-115.846.008,91</b>

## Anexo XIII – Balanço Patrimonial – UG110574 – 1/2



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TÍTULO	BALANÇO PATRIMONIAL - TODOS OS ORÇAMENTOS	EXERCÍCIO 2017	PERÍODO Anual	
SUBTÍTULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR	EMISSÃO 22/02/2017	PÁGINA 1	
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA	VALORES EM UNIDADES DE REAL		

ATIVO	ESPECIFICAÇÃO			PASSIVO	
		2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>		-	-	<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>	-
Caixa e Equivalentes de Caixa		-	-	Obrigações Trabalh., Previd. e Assist. a Pagar a Curto Prazo	-
Créditos a Curto Prazo		-	-	Empréstimos e Financiamentos a Curto Prazo	-
Demais Créditos e Valores a Curto Prazo		-	-	Fornecedores e Contas a Pagar a Curto Prazo	-
Investimentos e Aplicações Temporárias a Curto Prazo		-	-	Obrigações Fiscais a Curto Prazo	-
Estoques		-	-	Obrigações de Repartição a Outros Entes	-
VPDs Pagas Antecipadamente		-	-	Provisões de Curto Prazo	-
				Demais Obrigações a Curto Prazo	-
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>		-	-	<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>	-
Ativo Realizável a Longo Prazo		-	-	Obrigações Trabalh., Previd. e Assist. a Pag. de Longo Prazo	-
Investimentos		-	-	Empréstimos e Financiamentos a Longo Prazo	-
Participações Permanentes		-	-	Fornecedores e Contas a Pagar a Longo Prazo	-
Propriedades para Investimento		-	-	Obrigações Fiscais a Longo Prazo	-
Propriedades para Investimento		-	-	Provisões de Longo Prazo	-
(-) Depreciação Acumulada de Propriedades p/ Investimentos		-	-	Demais Obrigações a Longo Prazo	-
(-) Redução ao Valor Rec. de Propriedades para Investimentos		-	-	Resultado Diferido	-
Investimentos do RPSS de Longo Prazo		-	-	<b>TOTAL DO PASSIVO EXIGÍVEL</b>	-
Investimentos do RPSS de Longo Prazo		-	-		-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Investimentos do RPSS		-	-		-
Demais Investimentos Permanentes		-	-	<b>ESPECIFICAÇÃO</b>	2017
Demais Investimentos Permanentes		-	-	Patrimônio Social e Capital Social	-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Demais Invest. Perm.		-	-	Adiantamentos para Futuro Aumento de Capital (AFAC)	-
<b>Imobilizado</b>		-	-	Reservas de Capital	-
Bens Móveis		-	-	Ajustes de Avaliação Patrimonial	-
Bens Móveis		-	-	Reservas de Lucros	-
(-) Depreciação/Amortização/Exaustão Acum. de Bens Móveis		-	-	Demais Reservas	-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Bens Móveis		-	-	Resultados Acumulados	-
Bens Imóveis		-	-	(-) Ações / Cotas em Tesouraria	-
Bens Imóveis		-	-	<b>TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	-
(-) Depr./Amortização/Exaustão Acum. de Bens Imóveis		-	-		-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Bens Imóveis		-	-		-
<b>Intangível</b>		-	-		-
Softwares		-	-		-
Softwares		-	-		-
(-) Amortização Acumulada de Softwares		-	-		-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Softwares		-	-		-
Marcas, Direitos e Patentes Industriais		-	-		-
Marcas, Direitos e Patentes Industriais		-	-		-
(-) Amortização Acumulada de Marcas, Direitos e Patentes Ind		-	-		-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Marcas, Direitos e Pat.		-	-		-

## Anexo XIII – Balanço Patrimonial – UG110574 – 2/2



### MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TITULO	BALANÇO PATRIMONIAL - TODOS OS ORÇAMENTOS	EXERCICIO 2017	PERÍODO Anual	
SUBTITULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR	EMISSAO 22/02/2017	PAGINA 2	
ORGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA	VALORES EM UNIDADES DE REAL		

ESPECIFICAÇÃO	ATIVO		PASSIVO		
	2017	2016			
			ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
Direitos de Uso de Imóveis	-	-			
Direitos de Uso de Imóveis	-	-			
(-) Amortização Acumulada de Direito de Uso de Imóveis	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável Direito de Uso de Imóveis	-	-			
Diferido	-	-			
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

ESPECIFICAÇÃO	ATIVO		PASSIVO		
	2017	2016			
			ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
ATIVO FINANCEIRO	-	-	PASSIVO FINANCEIRO	3.874.192,85	3.874.192,85
ATIVO PERMANENTE	-	-	PASSIVO PERMANENTE	-	-
<b>SALDO PATRIMONIAL</b>	<b>3.874.192,85</b>	<b>3.874.192,85</b>			

### Quadro de Compensações

ESPECIFICAÇÃO	ATIVO		PASSIVO		
	2017	2016			
			ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Ativos			ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Passivos		
<b>SALDO DOS ATOS POTENCIAIS ATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>SALDO DOS ATOS POTENCIAIS PASSIVOS</b>	<b>195.230.271,20</b>	<b>195.230.271,20</b>
Execução dos Atos Potenciais Ativos	-	-	Execução dos Atos Potenciais Passivos	195.230.271,20	195.230.271,20
Garantias e Contragarantias Recebidas a Executar	-	-	Garantias e Contragarantias Concedidas a Execut	-	-
Direitos Conveniados e Outros Instrumentos Cong	-	-	Obrigações Conveniadas e Outros Instrum Congên	-	-
Direitos Contratuais a Executar	-	-	Obrigações Contratuais a Executar	195.230.271,20	195.230.271,20
Outros Atos Potenciais Ativos a Executar	-	-	Outros Atos Potenciais Passivos a Executar	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>TOTAL</b>	<b>195.230.271,20</b>	<b>195.230.271,20</b>

### DEMONSTRATIVO DO SUPERÁVIT/DÉFÍCIT FINANCEIRO APURADO NO BALANÇO PATRIMONIAL

DESTINAÇÃO DE RECURSOS	SUPERÁVIT/DÉFÍCIT FINANCEIRO
Recursos Ordinários	-3.874.192,85
Recursos Vinculados	-
<b>TOTAL</b>	<b>-3.874.192,85</b>

## Anexo XIV – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG110319 – 1/3



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TÍTULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO Anual
EMISSÃO 22/02/2017	PÁGINA 1
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		2017	2016
<b>VARIAÇÕES PATRIMONIAIS AUMENTATIVAS</b>		<b>46.808.125,09</b>	<b>367.806.921,72</b>
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria		-	-
Impostos		-	-
Taxas		-	-
Contribuições de Melhoria		-	-
Contribuições		-	-
Contribuições Sociais		-	-
Contribuições de Intervenção no Domínio Econômico		-	-
Contribuição de Iluminação Pública		-	-
Contribuições de Interesse das Categorias Profissionais		-	-
Exploração e Venda de Bens, Serviços e Direitos		-	-
Venda de Mercadorias		-	-
Vendas de Produtos		-	-
Exploração de Bens, Direitos e Prestação de Serviços		-	-
Variações Patrimoniais Aumentativas Financeiras		-	-
Juros e Encargos de Empréstimos e Financiamentos Concedidos		-	-
Juros e Encargos de Mora		-	-
Variações Monetárias e Cambiais		-	-
Descontos Financeiros Obtidos		-	-
Remuneração de Depósitos Bancários e Aplicações Financeiras		-	-
Aportes da Banco Central		-	-
Outras Variações Patr. Aumentativas Financeiras		-	-
Transferências e Delegações Recebidas		<b>46.808.125,09</b>	<b>367.739.838,15</b>
Transferências Intragovernamentais		46.808.125,09	367.739.838,15
Transferências Intergovernamentais		-	-
Transferências das Instituições Privadas		-	-
Transferências das Instituições Multigovernamentais		-	-
Transferências de Consórcios Públicos		-	-
Transferências do Exterior		-	-
Execução Orçamentária Delegada de Entes		-	-
Transferências de Pessoas Físicas		-	-
Outras Transferências e Delegações Recebidas		-	-
Valorização e Ganhos c/ Ativos e Desincorporação de Passivos		-	<b>49.538,83</b>
Reavaliação de Ativos		-	-
Ganhos com Alienação		-	-
Ganhos com Incorporação de Ativos		-	-
Ganhos com Desincorporação de Passivos		-	49.538,83
Reversão de Redução ao Valor Recuperável		-	-
Outras Variações Patrimoniais Aumentativas		-	<b>17.544,74</b>
Variação Patrimonial Aumentativa a Classificar		-	-
Resultado Positivo de Participações		-	-
Operações da Autoridade Monetária		-	-

## Anexo XIV – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG110319 – 2/3



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TÍTULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO Anual
EMISSÃO 22/02/2017	PÁGINA 2
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS			
	2017	2016	
Reversão de Provisões e Ajustes para Perdas	-	-	
Diversas Variações Patrimoniais Aumentativas	-	17.544,74	
<b>VARIAÇÕES PATRIMONIAIS DIMINUTIVAS</b>	<b>45.553.334,21</b>	<b>375.883.954,33</b>	
<b>Pessoal e Encargos</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Remuneração a Pessoal	-	-	
Encargos Patronais	-	-	
Benefícios a Pessoal	-	-	
Outras Var. Patrimoniais Diminutivas - Pessoal e Encargos	-	-	
<b>Benefícios Previdenciários e Assistenciais</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Aposentadorias e Reformas	-	-	
Pensões	-	-	
Benefícios de Prestação Continuada	-	-	
Benefícios Eventuais	-	-	
Políticas Públicas de Transferência de Renda	-	-	
Outros Benefícios Previdenciários e Assistenciais	-	-	
<b>Uso de Bens, Serviços e Consumo de Capital Fixo</b>	<b>26.531.818,58</b>	<b>315.889.440,43</b>	
Uso de Material de Consumo	-	-	
Serviços	26.531.818,58	315.889.440,43	
Depreciação, Amortização e Exaustão	-	-	
<b>Variações Patrimoniais Diminutivas Financeiras</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Juros e Encargos de Empréstimos e Financiamentos Obtidos	-	-	
Juros e Encargos de Mora	-	-	
Variações Monetárias e Cambiais	-	-	
Descontos Financeiros Concedidos	-	-	
Aportes ao Banco Central	-	-	
Outras Variações Patrimoniais Diminutivas Financeiras	-	-	
<b>Transferências e Delegações Concedidas</b>	<b>19.021.515,63</b>	<b>59.986.220,38</b>	
Transferências Intragovernamentais	-	-	
Transferências Intergovernamentais	19.021.515,63	59.986.220,38	
Transferências a Instituições Privadas	-	-	
Transferências a Instituições Multigovernamentais	-	-	
Transferências a Consórcios Públicos	-	-	
Transferências ao Exterior	-	-	
Execução Orçamentária Delegada a Entes	-	-	
Outras Transferências e Delegações Concedidas	-	-	
<b>Desvalorização e Perda de Ativos e Incorporação de Passivos</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Reavaliação, Redução a Valor Recuperável e Ajustes p/ Perdas	-	-	
Perdas com Alienação	-	-	
Perdas Involuntárias	-	-	
Incorporação de Passivos	-	-	
Desincorporação de Ativos	-	-	

## Anexo XIV – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG110319 – 3/3



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TITULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTITULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICACAO SOCIAL/PR
ORGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA

EXERCICIO 2017	PERÍODO Anual
EMISSAO 22/02/2017	PAGINA 3
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		2017	2016
<b>Tributárias</b>		-	-
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria		-	-
Contribuições		-	-
<b>Custo - Mercadorias, Produtos Vend. e dos Serviços Prestados</b>		-	-
Custo das Mercadorias Vendidas		-	-
Custos dos Produtos Vendidos		-	-
Custo dos Serviços Prestados		-	-
<b>Outras Variações Patrimoniais Diminutivas</b>		-	8.293,52
Premiações		-	-
Resultado Negativo de Participações		-	-
Operações da Autoridade Monetária		-	-
Incentivos		-	-
Subvenções Econômicas		-	-
Participações e Contribuições		-	-
Constituição de Provisões		-	-
Diversas Variações Patrimoniais Diminutivas		-	8.293,52
<b>RESULTADO PATRIMONIAL DO PERÍODO</b>		1.254.790,88	-8.077.032,61

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUALITATIVAS		2017	2016

## Anexo XV – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG110574 – 1/3



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TÍTULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO Anual
EMISSÃO 22/02/2017	PÁGINA 1
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		2017	2016
<b>VARIAÇÕES PATRIMONIAIS AUMENTATIVAS</b>			<b>4.699.223,39</b>
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria		-	-
Impostos		-	-
Taxas		-	-
Contribuições de Melhoria		-	-
Contribuições		-	-
Contribuições Sociais		-	-
Contribuições de Intervenção no Domínio Econômico		-	-
Contribuição de Iluminação Pública		-	-
Contribuições de Interesse das Categorias Profissionais		-	-
Exploração e Venda de Bens, Serviços e Direitos		-	-
Venda de Mercadorias		-	-
Vendas de Produtos		-	-
Exploração de Bens, Direitos e Prestação de Serviços		-	-
Variações Patrimoniais Aumentativas Financeiras		-	-
Juros e Encargos de Empréstimos e Financiamentos Concedidos		-	-
Juros e Encargos de Mora		-	-
Variações Monetárias e Cambiais		-	-
Descontos Financeiros Obtidos		-	-
Remuneração de Depósitos Bancários e Aplicações Financeiras		-	-
Aportes do Banco Central		-	-
Outras Variações Patr. Aumentativas Financeiras		-	-
Transferências e Delegações Recebidas			<b>4.699.223,39</b>
Transferências Intragovernamentais		-	4.699.223,39
Transferências Intergovernamentais		-	-
Transferências das Instituições Privadas		-	-
Transferências das Instituições Multigovernamentais		-	-
Transferências de Consórcios Públicos		-	-
Transferências do Exterior		-	-
Execução Orçamentária Delegada de Entes		-	-
Transferências de Pessoas Físicas		-	-
Outras Transferências e Delegações Recebidas		-	-
Valorização e Ganhos c/ Ativos e Desincorporação de Passivos		-	-
Reavaliação de Ativos		-	-
Ganhos com Alienação		-	-
Ganhos com Incorporação de Ativos		-	-
Ganhos com Desincorporação de Passivos		-	-
Reversão de Redução ao Valor Recuperável		-	-
Outras Variações Patrimoniais Aumentativas		-	-
Variação Patrimonial Aumentativa a Classificar		-	-
Resultado Positivo de Participações		-	-
Operações da Autoridade Monetária		-	-

## Anexo XV – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG110574 – 2/3



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TITULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTITULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR
ORGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA

EXERCICIO 2017	PERÍODO Anual
EMISSAO 22/02/2017	PAGINA 2
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		2017	2016
Reversão de Provisões e Ajustes para Perdas		-	-
Diversas Variações Patrimoniais Aumentativas		-	-
<b>VARIAÇÕES PATRIMONIAIS DIMINUTIVAS</b>			<b>4.699.223,39</b>
<b>Pessoal e Encargos</b>			
Remuneração a Pessoal		-	-
Encargos Patronais		-	-
Benefícios a Pessoal		-	-
Outras Var. Patrimoniais Diminutivas - Pessoal e Encargos		-	-
<b>Benefícios Previdenciários e Assistenciais</b>			
Aposentadorias e Reformas		-	-
Pensões		-	-
Benefícios de Prestação Continuada		-	-
Benefícios Eventuais		-	-
Políticas Públicas de Transferência de Renda		-	-
Outros Benefícios Previdenciários e Assistenciais		-	-
<b>Uso de Bens, Serviços e Consumo de Capital Fixo</b>			<b>4.699.223,39</b>
Uso de Material de Consumo		-	-
Serviços		-	4.699.223,39
Depreciação, Amortização e Exaustão		-	-
<b>Variações Patrimoniais Diminutivas Financeiras</b>			
Juros e Encargos de Empréstimos e Financiamentos Obtidos		-	-
Juros e Encargos de Mora		-	-
Variações Monetárias e Cambiais		-	-
Descontos Financeiros Concedidos		-	-
Aportes ao Banco Central		-	-
Outras Variações Patrimoniais Diminutivas Financeiras		-	-
<b>Transferências e Delegações Concedidas</b>			
Transferências Intragovernamentais		-	-
Transferências Intergovernamentais		-	-
Transferências a Instituições Privadas		-	-
Transferências a Instituições Multigovernamentais		-	-
Transferências a Consórcios Públicos		-	-
Transferências ao Exterior		-	-
Execução Orçamentária Delegada a Entes		-	-
Outras Transferências e Delegações Concedidas		-	-
<b>Desvalorização e Perda de Ativos e Incorporação de Passivos</b>			
Reavaliação, Redução a Valor Recuperável e Ajustes p/ Perdas		-	-
Perdas com Alienação		-	-
Perdas Involuntárias		-	-
Incorporação de Passivos		-	-
Desincorporação de Ativos		-	-

## Anexo XV – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG110574 –3/3



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

TITULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTITULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR
ORGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA

EXERCICIO 2017	PERÍODO Anual
EMISSAO 22/02/2017	PAGINA 3
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		2017	2016
<b>Tributárias</b>			
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria		-	-
Contribuições		-	-
<b>Custo - Mercadorias, Produtos Vend. e dos Serviços Prestados</b>		-	-
Custo das Mercadorias Vendidas		-	-
Custos dos Produtos Vendidos		-	-
Custo dos Serviços Prestados		-	-
<b>Outras Variações Patrimoniais Diminutivas</b>		-	-
Premiações		-	-
Resultado Negativo de Participações		-	-
Operações da Autoridade Monetária		-	-
Incentivos		-	-
Subvenções Econômicas		-	-
Participações e Contribuições		-	-
Constituição de Provisões		-	-
Diversas Variações Patrimoniais Diminutivas		-	-
<b>RESULTADO PATRIMONIAL DO PERÍODO</b>		-	-

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUALITATIVAS		2017	2016