

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

Relatório de Gestão do exercício de 2017

Brasília (DF), 2018

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

Relatório de Gestão do exercício de 2017

Relatório de Gestão do exercício de 2017, 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 161/2017, DN TCU nº 163/2017 E Portaria TCU nº 65/2018.

Secretaria de Gestão e Controle

Brasília (DF), 2018

Lista de Figuras

Figura 1 – Organograma Secom 2017.....	05
Figura 2 – Cadeia de Valor da Secom.....	14
Figura 3 – Mapa Estratégico da Secom 2015 – 2020.....	15

Lista de Quadros

Quadro A.1.2.1 – Organograma Funcional da Secom.....	06
Quadro A.2.3.1.1 – Ação 20CT.....	25
Quadro A.2.3.1.2 – Ação 2017.....	26
Quadro A.2.3.1.3 – Ação 2675.....	40
Quadro A.2.3.1.4 – Ação 4641.....	45
Quadro A.2.3.3 – Restos a pagar.....	46
Quadro A.2.3.4 (1) – Despesas por Modalidade de Contratação.....	51
Quadro A.2.3.4 (2) – Despesas Correntes por grupo e elemento de despesa.....	52
Quadro A.4.1.1.1 – Força de Trabalho da Secretaria Especial de Comunicação.....	55
Quadro A.4.1.1.2 – Lotação Efetiva.....	56
Quadro A.4.1.1.3 – Detalhamento da estrutura.....	56
Quadro A.4.1.2 – Despesas do pessoal – Secretaria Especial de Comunicação Social.....	57
Quadro A.4.1.3 Composição do quadro de estagiários da Secom.....	58
Quadro A.7 (1) – Resumo das Determinações/ Recomendações – TCU.....	69
Quadro A.7 (2) – Resumo das Determinações/ Recomendações – Ciset/PR.....	71
Quadro A.7.1.1 (1) – Acórdão nº 7.197/2012.....	72
Quadro A.7.1.1 (2) – Acórdão nº 3.680/2014.....	74
Quadro A.7.1.1 (3A) – Acórdão nº 2.623/2016.	74
Quadro A.7.1.1 (3B) – Acórdão nº 2.623/2016.....	75
Quadro A.7.1.1 (4) – Acórdão nº 2.158/2017.....	75
Quadro A.7.2.1 (1) – Relatório de Auditoria Especial nº 4/2013.....	76
Quadro A.8.2 – Demonstrativos de Despesas com Publicidade e Propaganda.....	101

Lista de Tabelas

Tabela 01 – Status dos Projetos Estratégicos.....	17
Tabela 02 – Ações Orçamentárias.....	24
Tabela 03 – Outros contratos.....	27
Tabela 04 - Mapas de Influenciadores e Mapas de Temas Sensíveis.....	37
Tabela 05 – Pesquisas de Opinião Pública.....	38
Tabela 06 – Planejamento Pesquisas.....	39
Tabela 07 – Resumo de atividades – TV NBR.....	43
Tabela 08 – Indicadores de Eficácia – Pré-teste	48
Tabela 09 – Indicadores de Eficácia – Pós-teste.....	48
Tabela 10 – Indicador de Eficiência – Alcance e Frequência.....	49
Tabela 11 – Procedimentos Apuratórios – Secom.....	54
Tabela 12 – Despesas Contratação de Consultores Unesco.....	60
Tabela 13 – Lei de Acesso à Informação.....	65
Tabela 14 – Propostas de Patrocínio (R\$ Milhões)	78
Tabela 15 – Veículos cadastrados no MídiaCad.....	82
Tabela 16 – Volume de ações submetidas à Secom.....	85
Tabela 17 – Veiculação de Mídia Gratuita.....	86
Tabela 18 – Imprensa Nacional – Eventos.....	87
Tabela 19 – Entrevistas Presidenciais.....	89
Tabela 20 – Artigos Presidenciais.....	89
Tabela 21 – Divulgações Regionais.....	90
Tabela 22 – Ações Imprensa Regional – Consolidado.....	93
Tabela 23 – Entrevistas à imprensa estrangeira no Brasil – Presidente da República.....	95
Tabela 24 – Entrevistas no Exterior – Presidente da República.....	96
Tabela 25 – Viagens ao Exterior – Presidente da República.....	97
Tabela 26 – Eventos Internacionais no Brasil – Coordenação de Imprensa.....	97
Tabela 27 – Coletivas após audiências internacionais no Brasil – Presidente da República.....	98
Tabela 28 – Declaração à Imprensa após audiência internacional no Brasil – Ministro das Relações Exteriores.	98
Tabela 29 – Audiência com autoridades e empresários – Presidente da República.....	98
Tabela 30 – Encontros Chefe de Estado e de Governo – Presidente da República.....	99
Tabela 31 – Encontro com correspondentes estrangeiros.....	99
Tabela 32 – Programa “Por Dentro do Governo”.....	99

Lista de Anexos

ANEXO I – Espelho de Monitoramento PPA 2016 – 2019.....	102
ANEXO II – Eventos.....	106
ANEXO III – Eventos Avançar.....	116
ANEXO IV – Relatório Pré-teste – Campanha Reforma da Previdência – 2º Fase.....	117
ANEXO V – Relatório Pós-teste – Campanha Reforma da Previdência – 2º Fase.....	119
ANEXO VI – Relatório Pré-teste – Campanha Reforma da Previdência – 3º Fase.....	123
ANEXO VII – Relatório Pós-teste – Campanha Reforma da Previdência – 3º Fase.....	126
ANEXO VIII – Relatório Pré-teste – Campanha Reforma da Previdência – 4º Fase.....	129
ANEXO IX – Relatório Pós-teste – Campanha Reforma da Previdência – 4º Fase.....	132
ANEXO X – Relatório Pré-teste – Avançar.....	136
ANEXO XI – Relatório Pós-teste – Avançar.....	143
ANEXO XII – Relatório Pré-teste – Fim de Ano.....	147
ANEXO XIII – Relatório Pré-teste – Modernização Trabalhista.....	149
ANEXO XIV – Relatório Pré-teste – Nova Lei Trabalhista.....	152
ANEXO XV – Relatório Pré-teste – Campanha Prestação de contas Oportunidade.....	155
ANEXO XVI – Relatório Pré-teste – Campanha Avançar Parcerias.....	157
ANEXO XVII – Balanço Orçamentário – UG 110319.....	159
ANEXO XVIII – Balanço Patrimonial – UG 110319.....	161
ANEXO XIX – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG 110319.....	162
ANEXO XX – Balanço Orçamentário – UG 110574.....	164
ANEXO XXI – Balanço Patrimonial – UG 110574.....	166
ANEXO XXII – Demonstrações das Variações Patrimoniais.....	167

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	1
1 VISÃO GERAL DA UNIDADE	2
1.1 Finalidades e Competências	2
1.2 Organograma	4
1.2.1 Informações sobre áreas ou subunidades estratégicas	5
1.3 Macroprocessos Finalísticos	10
1.3.1 Macroprocesso: Gestão do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal – Sicom	10
1.3.2 Macroprocesso: Gestão da Publicidade	11
1.3.3 Macroprocesso: Gestão do Relacionamento com a Imprensa	12
1.3.4 Macroprocesso: Gestão dos Canais Próprios de Comunicação	13
2 PLANEJAMENTO ORGANIZACIONAL E RESULTADOS	13
2.1 Planejamento Estratégico	13
2.1.1 Descrição sintética dos objetivos do exercício	14
2.1.2 Formas e Instrumentos de monitoramento da execução dos resultados dos planos.....	17
2.2 Planejamento de Comunicação	21
2.3 Desempenho orçamentário	24
2.3.1 Execução física e financeira das ações da Lei Orçamentária Anual de responsabilidade da unidade.....	24
2.3.2 Obrigações assumidas sem respectivo crédito autorizado no orçamento.....	49
2.3.3 Restos a pagar de exercícios anteriores	49
2.3.4 Informações sobre a execução das despesas	51
2.3.5 Suprimento de Fundos, contas bancárias tipo B e cartões e pagamento do Governo Federal	53
2.3.6 Desempenho Operacional	53
3 GOVERNANÇA	53
3.1 Atividades de Correição e de apuração de ilícitos administrativos	53
3.1.1 Utilização do Sistema de Gestão de Processos Disciplinares – CGU-PAD.....	54
3.2 Gestão de Riscos e Controles Internos	54
4 ÁREAS ESPECIAIS DE GESTÃO	55
4.1 Gestão de Pessoas	55
4.1.1 Estrutura de pessoal da UPC.....	55
4.1.2 Demonstrativo das Despesas com Pessoal	57
4.1.3 Contratação de estagiários	58
4.1.4 Contratação de consultores com base em projetos de cooperação técnica com organismos internacionais	58
4.1.5 Outras informações	61
4.2 Gestão de patrimônio e infraestrutura	62
4.3 Gestão da Tecnologia da Informação – Sistemas de Apoio à Gestão	62

4.4 Gestão ambiental e sustentabilidade	65
5 RELACIONAMENTO COM A SOCIEDADE	65
5.1 Canais de acesso ao cidadão	65
5.2 Carta de Serviço ao Cidadão.....	66
5.3 Mecanismos de transparência das informações relevantes sobre a atuação da unidade	66
6 DESEMPENHO FINANCEIRO E INFORMAÇÕES CONTÁBEIS	67
6.1 Tratamento contábil da depreciação, da amortização e da exaustão de itens do patrimônio e avaliação e mensuração de ativos e passivos.....	67
6.2 Sistemática de apuração de custos no âmbito da unidade.....	67
6.3 Demonstrações contábeis exigidas pela Lei nº 4.320/64 e notas explicativas	69
7 CONFORMIDADE DA GESTÃO E DEMANDAS DE ÓRGÃOS DE CONTROLE	69
7.1 Tratamento de determinação e recomendações do TCU.....	72
7.1.1 Deliberações do TCU que permaneceram pendentes de cumprimento	72
7.2 Tratamento de recomendações do Órgão de Controle Interno – OCI.....	76
7.2.1 Deliberações do OCI que permaneceram pendentes de cumprimento	76
8 Outras informações relevantes	78
8.1 Ações relevantes por Macroprocesso Finalístico	78
8.1.1 Macroprocesso – Gestão do Sicom	78
8.1.2 Macroprocesso – Gestão da Publicidade.....	84
8.1.3 Macroprocesso - Gestão do Relacionamento com a Imprensa	87
8.1.4 Macroprocesso – Gestão dos Canais Próprios de Comunicação	99
8.2 Informações sobre ações de publicidade e propaganda.....	101
ANEXOS	102

APRESENTAÇÃO

O Relatório de Gestão – RG da Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria Geral da Presidência da República – Secom/SG/PR 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 161/2017 e DN TCU nº 163/2017.

Este Relatório apresenta uma visão geral sobre a Secretaria Especial, no exercício de 2017, 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 fevereiro de 2017, com a publicação da Medida Provisória nº 768/2017 (convertida na Lei nº 13.502/2017), a então Secom/CC/PR passou a compor a estrutura da Secretaria-Geral, que absorveu as competências institucionais da Secretaria Especial relacionadas à implementação da política de comunicação social do Governo Federal, instituindo assim a Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República – Secom/SG/PR.

Diante da especificidade dos trabalhos desenvolvidos pela Secom/SG/PR, decidiu-se pela prestação de contas por meio de relatório de gestão individual, ou seja, a Secretaria Especial, para o exercício de 2017, ficou autorizada pelo Tribunal de Contas da União – TCU a realizar a sua prestação de contas de maneira autônoma à Secretaria-Geral, conforme consta do Processo Sei 00150.000721/2017-52.

Para fins deste relatório e com a finalidade de dar maior fluidez à leitura, será utilizada a nomenclatura “Secom” para se referir a “Secom/SG/PR” e “Sicom”, para se referir ao “Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal”.

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.

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 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 11.497/2007 e Decreto nº 6.377/2008, que dentre outras mudanças retorna à Secretaria o nome inicial, ou seja, Secretaria de Comunicação Social, dando a ela status de ministério 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.

No mesmo ano, o Decreto nº 6.555/2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal, conferiu à Secom 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 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, instituindo a Secretaria Especial de Comunicação Social da Casa Civil 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.

Em fevereiro de 2017, com a publicação da Medida Provisória nº 768/2017 e o Decreto nº 9.038/2017, e mais tarde a Lei nº 13.502/2017, a então Secom passou a compor a estrutura da Secretaria-Geral da Presidência da República, que absorveu as competências institucionais da Secretaria Especial relacionadas à implementação da política de comunicação social do Governo Federal, alterando seu nome para Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República – Secom/SG/PR.

A partir de então, a Secretaria-Geral, por meio da Secom, incorporou, em sua competência de assistir direta e imediatamente o Presidente da República, atribuições relacionadas à comunicação social, entre elas:

- na formulação e implementação da política de comunicação e de divulgação social do Governo federal;
- na organização e no desenvolvimento de sistemas de informação e pesquisa de opinião pública;
- na coordenação da comunicação interministerial e das ações de informação e de difusão das políticas de governo;
- na coordenação, normatização, supervisão e controle da publicidade e de patrocínios dos órgãos e das entidades da administração pública federal, direta e indireta, e de sociedades sob o controle da União;
- na convocação de redes obrigatórias de rádio e televisão;
- na coordenação e na consolidação da implementação do sistema brasileiro de televisão pública;
- na assistência ao Presidente da República relativamente à comunicação com a sociedade e ao relacionamento com a imprensa nacional, regional e internacional;
- na coordenação do credenciamento de profissionais de imprensa e do acesso e do fluxo a locais onde ocorram atividades de que participe o Presidente da República;
- na prestação de apoio jornalístico e administrativo ao comitê de imprensa do Palácio do Planalto;
- na divulgação de atos e de documentos para órgãos públicos;
- no apoio aos órgãos integrantes da Presidência da República no relacionamento com a imprensa;
- na supervisão direta da Empresa Brasil de Comunicação – EBC, por meio da Secom.

1.2 Organograma

Com a publicação do Decreto nº 9.038, de 26 de abril de 2017, a estrutura organizacional da Secom passou a estar subordinada a Secretaria-Geral, porém manteve a estrutura definida pelo Decreto nº 8.889/2016, sendo composta pelo Secretário Especial, Chefia de Gabinete, Porta-voz, duas Subsecretarias (Subsecretaria de Articulação e Pesquisa de Opinião Pública – SAP e Subsecretaria de Comunicação Digital – SCD) e três Secretarias (Secretaria de Publicidade e Promoção – SPP, Secretaria de Gestão e Controle – SGC, e Secretaria de Imprensa – SIP), conforme organograma a seguir.

Figura 1 – Organograma Secom 2017



Fonte: Secom

A edição da Lei nº 13.502, de 1º de novembro de 2017, alterou a configuração possível da Secom de “até três Secretarias” (conforme Lei Revogada nº 11.497/2007) para “até cinco secretarias”. Oportunamente será publicado novo decreto contendo a nova configuração da Secom observando o novo disposto.

Conforme Parágrafo único, do Art. 23, do Decreto nº 9.038/2017, cabe a Secom a supervisão direta das atividades da EBC e o auxílio ao Ministro de Estado da Secretaria-Geral 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, conforme previstos nos Decretos nº 8.889/2016, 9.038/2017 e 6.555/2008, aplicáveis ao exercício de 2017:

Quadro A.1.2.1 – Organograma Funcional da Secom

Áreas / Subunidades Estratégicas	Competências	Titular	Cargo	Período de Atuação
Secretaria Especial de Comunicação Social – Secom	<ul style="list-style-type: none"> • Formular e implementar a política de comunicação e divulgação social do Poder Executivo federal. • Coordenar e articular a comunicação interministerial. • Normatizar, supervisionar e controlar a publicidade e patrocínios do Sicom. • Relacionar-se com meios, órgãos e entidades de comunicação social. • Convocar redes obrigatórias de rádio e de televisão. • Coordenar ações de comunicação do Brasil no exterior. 	Márcio de Freitas Gomes	Secretário Especial	01.01.2017 a 17.09.2017 22.09.2017 a 01.10.2017 22.10.2017 a 12.12.2017 14.12.2017 a 31.12.2017
		Francisco Leopoldo Carvalho de Mendonça Filho	Secretário Especial Substituto	18.09.2017 a 21.09.2017 02.10.2017 a 21.10.2017 13.12.2017 a 13.12.2017
Porta-Voz – PV	<ul style="list-style-type: none"> • Externar a opinião do Presidente da República. 	Alexandre Guido Lopes Parola	Porta-Voz da Presidência da República	01.01.2017 a 01.01.2017 03.01.2017 a 08.01.2017 11.01.2017 a 18.06.2017 25.06.2017 a 05.07.2017 09.07.2017 a 19.07.2017 22.07.2017 a 17.09.2017 22.09.2017 a 10.12.2017 27.12.2017 a 27.12.2017
Subsecretaria de Articulação e Pesquisa de Opinião Pública – SAP	<ul style="list-style-type: none"> • Apoiar as atividades de articulação da comunicação interministerial e das ações de informação e difusão das políticas do Governo federal. • Apoiar as atividades de coordenação da articulação com instituições do Poder Executivo federal, quando da divulgação de políticas, programas e ações do Governo federal. • Supervisionar a execução de pesquisas de opinião pública para subsidiar o desempenho das atribuições da Secretaria Especial de Comunicação Social. 	Francisco Leopoldo Carvalho de Mendonça Filho	Subsecretário de Articulação e Pesquisa de Opinião Pública	01.01.2017 a 17.09.2017 22.09.2017 a 31.12.2017
		Duílio Malfatti Junior	Subsecretário de Articulação e Pesquisa de Opinião – Substituto	18.09.2017 a 21.09.2017

Áreas / Subunidades Estratégicas	Competências	Titular	Cargo	Período de Atuação
Subsecretaria de Comunicação Digital – SCD	<ul style="list-style-type: none"> • Gerenciar o desenvolvimento e a implementação das políticas e diretrizes de comunicação digital para o Poder Executivo Federal. • Gerenciar o planejamento e a execução de mídia em redes sociais. • Supervisionar a coordenação das ações de comunicação digital no âmbito do SICOM. • Supervisionar o uso das marcas, das assinaturas e dos elementos visuais do Governo federal e a implementação de identidade padrão de comunicação digital. • Gerenciar os canais próprios de comunicação digital. • Estabelecer formas de interação com o cidadão por meio dos canais próprios de comunicação digital. 	Bernardo Gustavo de Castro	Subsecretário de Comunicação Digital	01.01.2017 a 31.07.2017 04.08.2017 a 16.08.2017
		Francisco Eleazar Pinilla Villegas	Subsecretário de Comunicação Digital Substituto	01.08.2017 a 03.08.2017 17.08.2017 a 27.08.2017
		Wesley Souza Santos	Subsecretário de Comunicação Digital	28.08.2017 a 31.12.2017
Secretaria de Imprensa – SIP	<ul style="list-style-type: none"> • Assessorar o Presidente da República quanto à cobertura jornalística e relacionamento com imprensa. • Comunicar atos do Presidente e divulgar seus pontos de vista. • Esclarecer políticas e programas do Governo. • Fazer a articulação operacional com a imprensa e com os órgãos governamentais de comunicação social. • Prestar apoio jornalístico e administrativo ao comitê de imprensa do Palácio do Planalto. • Credenciar profissionais da imprensa. • Coordenar os conteúdos divulgados nos canais próprios de comunicação. • Apoiar o Sicom em ações que exijam articulação do Poder Executivo federal. • Estimular o intercâmbio de informações e a difusão de boas práticas. 	Douglas Guarino de Felice	Secretário de Imprensa	01.01.2017 a 14.03.2017
		Luciano Dantas Suassuna	Secretário de Imprensa	15.03.2017 a 18.06.2017 25.06.2017 a 19.07.2017 22.07.2017 a 17.09.2017 22.09.2017 a 31.12.2017
		Viviane da Silva Cardoso	Secretário de Imprensa Substituta	19.06.2017 a 24.06.2017 20.07.2017 a 21.07.2017 18.09.2017 a 21.09.2017

Áreas / Subunidades Estratégicas	Competências	Titular	Cargo	Período de Atuação
Secretaria de Gestão e Controle – SGC	<ul style="list-style-type: none"> • Subsidiar a elaboração da proposta orçamentária e alterações na LDO. • Acompanhar a execução orçamentária. • Propor normas e orientações de comunicação social para o Sicom. • Aprovar as minutas de editais para a contratação de serviços de publicidade e orientar sobre a contratação de serviços de comunicação e conexos. • Atribuir limite de gastos com publicidade para o Sicom. • Adotar controle interno na contratação de serviços de comunicação e na liquidação de despesas. • Proporcionar referências de preços de produção publicitária e de remuneração de agências de propaganda. • Elaborar pareceres e sugestões em projetos de lei. • Coordenar o processo de consultas a órgãos de assistência jurídica. • Coordenar o atendimento a auditorias e a determinações do TCU e fornecimento de subsídios para processos judiciais ou extrajudiciais. • Acompanhar o Planejamento Estratégico e gestão de conhecimento. • Implementar ações da Lei de Acesso à Informação – LAI e de outros requerimentos de informação. • Realizar atividades de logística, informática, gestão de pessoas e de documentação. • Desenvolver soluções de sistemas de apoio tecnológico. • Estimular o intercâmbio de informações e a difusão de boas práticas. 	Maria Lucia Valadares e Silva	Secretária de Gestão e Controle	30.01.2017 a 19.07.2017 06.08.2017 a 30.12.2017
		Liza Fernanda Fernandes Ribeiro Villas-Boas Agra	Secretária de Gestão e Controle Substituta	01.01.2017 a 29.01.2017 20.07.2017 a 05.08.2017 31.12.2017 a 31.12.2017

Áreas / Subunidades Estratégicas	Competências	Titular	Cargo	Período de Atuação
Secretaria de Publicidade e Promoção – SPP	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar ações de publicidade, comunicação digital, eventos e pesquisas de opinião pública. • Coordenar as ações de patrocínios do Sicom. • Orientar elaboração de planos anuais de comunicação. • Alinhar esforços de comunicação publicitária do Sicom. • Orientar sobre políticas, objetivos, diretrizes e normativos para publicidade. • Negociar parâmetros para compra de mídia e orientar a contratação de veículos de comunicação. • Orientar sobre o uso de marcas e assinaturas publicitárias e de comunicação digital. • Analisar e aprovar briefings para licitação de serviços de publicidade e orientar a contratação de serviços de comunicação digital. • Atribuir limite de gastos com publicidade para o Sicom. • Realizar e supervisionar eventos institucionais de governo. • Implementar políticas e diretrizes de comunicação digital para o Poder Executivo federal. • Supervisionar a implementação da identidade padrão de comunicação digital. • Gerenciar os canais próprios de comunicação digital. • Realizar pesquisas de opinião pública. • Estimular o intercâmbio de informações e a difusão de boas práticas. 	Duílio Malfatti Junior	Secretário de Publicidade e Promoção	01.01.2017 a 16.09.2017 22.09.2017 a 25.12.2017
		José Bello Souza Francisco	Secretário de Publicidade e Promoção Substituto	17.09.2017 a 21.09.2017 26.12.2017 a 1.12.2017

1.3 Macroprocessos Finalísticos

No processo de implantação do Planejamento Estratégico da Secom, foram identificados quatro macroprocessos finalísticos dentro da cadeia de valor da Secretaria. 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 Especial:

- 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 – Sicom

Descrição: A Secom 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;
- 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, Secretaria de Imprensa, Subsecretaria de Articulação e Pesquisa de Opinião e Subsecretaria de Comunicação Digital.

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.

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 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:16/01/2017 a 20/08/2017).
- Nova/SB Comunicação Ltda. – CNPJ 57.118.929/0002-18 (contrato: 02/2012, Vigência: 16/01/2017 a 20/08/2017).
- Propeg Comunicação Ltda – CNPJ 05.428.409/0003-99 (contrato: 03/2012, Vigência: 16/01/2017 a 20/08/2017).
- PPR-Profissionais de Publicidade Reunidos S.A – CNPJ- 05.411.322/0008-13 (contrato 27/2017, Vigência 21/08/2017 a 21/08/2018).
- Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda – CNPJ 04.784.569/0001-46 (contrato 28/2017, Vigência 21/08/2017 a 21/08/2018).
- Artplan comunicação S.A – CNPJ 33.673.286/0001-25 (contrato nº 29/2017, Vigência 21/08/2017 a 21/08/2018).

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 e nacional, relacionados com iniciativas promovidas pela Secom;
- 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 internacional e redes sociais na internet; contatos diretos com jornalistas e demais profissionais de imprensa.

- **Fornecedores:** Contrato nº 001/2015 firmado com a empresa CDN Comunicação Corporativa LTDA, CNPJ 57.863.854/0001-19, com vigência de 16/01/2017 a 16/01/2018 conforme aditivo nº 03/2017, 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.

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”
- Sites:
 - Portal do Planalto: <http://www2.planalto.gov.br/>
 - Secom: <http://www.secom.gov.br/>
 - BrazilGovNews: <http://www.brazilgovnews.gov.br/>

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

Subunidades responsáveis: Secretaria de Imprensa.

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:** Empresa Brasil de Comunicação – EBC (Contrato nº 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.

2 PLANEJAMENTO ORGANIZACIONAL E RESULTADOS

2.1 Planejamento Estratégico

Com vistas ao atendimento a 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, a Secom firmou contrato em 2014 com a empresa de consultoria GD Consult – Gestão & Desenvolvimento Empresarial (Ata de Registro de Preços nº 05/2014 – Contrato nº 5/2014), com vista ao desenvolvimento e implementação do Planejamento Estratégico da Secretaria.

O trabalho foi realizado utilizando como referência a metodologia do *Balanced Scorecard* – BSC¹, contemplando serviços de “formulação, revisão, desdobramento, alinhamento, implementação, monitoramento e capacitação”.

O resultado desse processo possibilitou o estabelecimento de uma cadeia de valor segmentada em três diferentes perspectivas: Macroprocessos Gerenciais, Macroprocessos Finalísticos e Macroprocessos de Suporte:

Figura 2 – Cadeia de Valor da Secom



Fonte: Secom

Foi também possível, definir a Missão e a Visão da Secom:

- 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”.

2.1.1 Descrição sintética dos objetivos do exercício

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. Nele estão definidos os principais marcos estratégicos organizacionais para o horizonte temporal

¹ *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.

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 3 – Mapa Estratégico da Secom 2015 – 2020



Fonte: Secom

2.1.1.1 Plano Plurianual – PPA

A partir de 2016, a Secom 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.

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 a comunicação do Poder Executivo Federal com foco em canais digitais;
- 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 diversidade étnica com protagonismo em representações positivas na publicidade institucional do Poder Executivo Federal e estimular ações semelhantes no âmbito do Poder Público em geral;
 - Promoção de acessibilidade na comunicação do governo;
 - Estímulo à participação de projetos selecionados por meio de edital de seleção pública dos órgãos de patrocínios e entidades da administração pública federal;
 - Promoção de estratégias de mídias alinhadas aos posicionamentos estratégicos do

Governo Federal com racionalidade na aplicação dos recursos publicitários em programação abrangente com diversificação de meios e veículos;

- Disponibilizar aos cidadãos dados e informações de pesquisa de opinião pública realizada pela Secom.

O “Espelho de Monitoramento 2017” está disponível no Anexo I deste Relatório.

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

Em 2017, a Secom envidou esforços em seguir com a implementação do Planejamento Estratégico e o acultramento de seus servidores de maneira a construir um entendimento sobre a importância de conhecer seus processos e poder direcioná-los para o alcance de objetivos relevantes para a Secretaria. Dessa forma, incorporou-se à rotina da Secretaria Especial o acompanhamento de indicadores e a realização de Reuniões de Avaliação da Estratégia.

Com relação ao acompanhamento dos indicadores de desempenho, há de se reforçar o entendimento de que o Planejamento Estratégico é um processo contínuo e de implementação gradual. É necessária a percepção de que alguns indicadores de desempenho podem não se mostrar efetivos mecanismos de medição na prática (o que só será observado, na maioria dos casos, durante o processo e coleta e análise) e isso exige da área gestora do processo de implementação do Planejamento a revisão, adequação e/ou criação de indicadores de maneira que passem a representar boas ferramentas de apoio à gestão. Nesse aspecto, os indicadores de desempenho da Secom passarão por um processo de revisão e adequação sistemático nos próximos períodos.

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, bem como a definição e composição da carteira de projetos estratégicos.

Inicialmente, foram definidos 26 indicadores e 10 projetos estratégicos, alinhados aos objetivos definidos no ciclo de Planejamento Estratégico.

Os indicadores de desempenho passaram a ser coletados e acompanhados sistematicamente em 2017. 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 com vistas a ampliar sua contribuição para gestão dos processos.

Ao término do ano de 2017, do total de 10 projetos, sete projetos estavam em andamento (70%), dois projetos a serem estruturados (20%), e um projeto havia sido concluído (10%).

Tabela 01 – Status dos Projetos Estratégicos

Projetos Estratégicos	Área	Status
1. Nova identidade digital de governo	SCD	Em andamento
2. Integração redes sociais Sicom	SCD	A ser estruturado
3. Modelo de integração da comunicação de governo com o Sicom	SAP	Concluído

4. Concepção e construção de sala de briefing	SIP	A ser estruturado
5. Instrumento padrão de contratação de serviços de Comunicação Digital	SGC	Em andamento
6. Projeto Unesco – consultoria referências de preços	SGC	Em andamento
7. Consultoria Mapeamento de Competências e Ascom	SGC	Em andamento
8. Plano de comunicação governamental	SGC	Em andamento
9. Modelagem de processos - monitoramento	SGC	Contínuo
10. Comunicação interna – Intranet Secom	SGC	Parcialmente implementado

Fonte: Secom

Em 2018, 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 reflitam, 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.

2.1.2.1 Apresentação de Indicadores de Desempenho

No total a Secom definiu 27 indicadores de desempenho orientados aos objetivos do Mapa Estratégico e que foram acompanhados ao longo do ano de 2017. 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
 - Número de seguidores nas redes sociais vinculadas à Secom
 - 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
- 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)
- Objetivo: Otimizar a gestão de recursos orçamentários
 - Índice de execução orçamentária

2.1.2.2 Análise de performance dos principais indicadores

O indicador “Índice de ações com utilização de ferramentas – Publicidade” demonstrou que 62% das ações de publicidade envolveram três ou mais ferramentas de comunicação. Em comparação ao ano de 2016, houve um aumento de 6% de ações.

O “Número de seguidores nas redes sociais vinculadas à Secom”, apresentou, em comparação ao ano de 2016, uma redução de 59.807 no número de seguidores dos perfis mantido pelo governo no *Twitter* (PortalBrasil, Brazilgovnews, TVNBR, Voz do Brasil, #agoraplanalto, #agoracidadania, #agoraeconomia e #agoranapolitica), de 48.044 de seguidores no *Youtube* (Agora no Planalto, PortalBrasil e TVNBR) e de 1.609 de seguidores no *Google+* (Agora no Planalto e Portal Brasil). Em contrapartida, houve acréscimo de 1.021.347 de seguidores no *Facebook* (Portal Planalto, PortalBrasil, Brazilgovnews e TV NBR) e de 20.447 de seguidores no *Instagram* (Agora no Planalto e PortalBrasil), ou seja, uma acréscimo de 58% e 23%, respectivamente, em comparação com o ano anterior.

O “Número de visitas aos sites vinculados à Secom” cresceu em 2017. O Portal Planalto teve um aumento de 123% nas visitas em relação ao ano de 2016, com um total de 5.326.280 visitas

contra 2.945.695 visitas no ano passado. Já o Portal obteve o total de 72.128.416 visitas que, quando comparado ao total atingido no ano de 2016 (43.579.136 visitas) representa um incremento de 152%. Por fim, o Site contabilizou o total de 218.214 visitas, não sendo possível verificar sua evolução, pois foi criado em 2017.

O indicador “Índice de relacionamento institucional com o cidadão” apresentou uma média de 65 pontos de relacionamento institucional com o cidadão, com um aumento de 14 pontos em comparação ao ano de 2016. No segundo semestre, após sensibilização constante das áreas técnicas com relação à importância no cumprimento dos prazos de atendimento das demandas por informação encaminhadas pelos cidadãos, esse índice subiu para 83 pontos, sendo a média anual 63 pontos. Durante o ano de 2017, a Secom recebeu 299 pedidos de informação, via “LAI”, e 630 mensagens, via “Fale com a Secom” (segundo canal de atendimento ao cidadão gerido pela Secretaria). No ano anterior, foram 371 pedidos LAI e 705 mensagens via “Fale com a Secom”.

O “Número de novas soluções implantadas” registrou 14 novas soluções implementadas pela Secretaria de Comunicação Digital, mais que dobrando o registro do ano anterior, demonstrando iniciativa da Secretaria em aperfeiçoar seus processos e melhorar a interface de comunicação com o cidadão.

O indicador “Índice de execução orçamentária” apresentou um índice de 98% do total de execução orçamentária autorizada. Neste período, a maior parte do orçamento autorizado foi para “Publicidade Institucional”; seguido por “Comunicação Digital”, “Comunicação e Transmissão de Atos e Fatos” e “Publicidade de Utilidade Pública”. No ano de 2016, 93% do total de execução orçamentária autorizada. Neste período a maior parte do orçamento autorizado foi para “Publicidade Institucional”; seguido por “Publicidade de Utilidade Pública”, “Comunicação e Transmissão de Atos e Fatos”, “Comunicação Digital”, “Demais contratos” e “Descentralizações”.

Os trabalhos relacionados à modelagem de processos, seja a modelagem de novos processos, seja a otimização dos já modelados, foram adequados de maneira a permitir que mais processos críticos fossem estruturados. Para o ano de 2017, foram revisitados alguns processos já modelados, com destaque para “Administração de Contratos”, “Contratação” e “Financeiro e Orçamentário”. Foram iniciadas outras frentes de trabalho com o intuito de mapear e modelar outros processos não estruturados, como, por exemplo, “Pesquisa de Opinião Pública” e “Capacitação”. Tais iniciativas permitiram que os indicadores “Índice de otimização de processos” e “Índice de mapeamento de processos” alcançassem a meta estabelecida. Como ação corretiva, foram disseminados os processos já mapeados para as áreas executoras de forma que os mesmos possam vir a ser otimizados e às demais áreas que ainda não tiveram processos mapeados e modelados foi solicitado que estabelecessem uma hierarquia de criticidade para que possam ser foco dos trabalhos em 2018.

Os indicadores “Capacitação servidores da Secom (pessoas e horas)” e “Capacitação servidores do Sicom” apresentaram resultados da ordem de 251 ações e 200 ações, respectivamente, superando a meta dos indicadores. Foram adotadas como ações corretivas para a melhoria contínua dos indicadores a implementação dos procedimentos administrativos referentes à divulgação sobre a oferta de vagas e, também, disseminação do conhecimento quanto às normas que orientam o processo de capacitação no âmbito da Presidência da República.

Por fim, o indicador “Cultura de gestão” finalizou o ano de 2017 com 84% dos indicadores do planejamento coletados. Todos os projetos estratégicos estruturados possuem método de gestão de projetos.

2.2 Planejamento de Comunicação

A Secom 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 9.038/2017 e 6.555/2008, bem como alcançar os resultados previstos no Planejamento Estratégico 2015-2020 e no PPA 2016-2019, a Secom utiliza instrumentos de comunicação em seus processos finalísticos, tais como relacionamento com a imprensa, publicidade, comunicação digital, relações públicas internacionais, pesquisas de opinião pública, patrocínio, eventos, além de seus canais próprios de comunicação (sites e canais de TV).

Conforme previsto no art. 1º do Decreto nº 6.555/2008, a Secom 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 em 2017:

- Aumentar o grau de percepção e reconhecimento do cidadão em relação às iniciativas que materializam o projeto de governo traduzido no slogan: Brasil – Ordem e Progresso.

- Garantir unicidade e efetividade na comunicação do Governo, evitando pulverização e fragmentação das mensagens.
- Divulgar temas prioritários, de interesse público, com foco em ações de comunicação integrada.
- Garantir a presença da marca e posicionamento de governo nos meios de comunicação e divulgação de forma coordenada e permanente.

Dessa forma, foram priorizados as seguintes temáticas em ações de comunicação realizadas pela Secom nos diversos instrumentos de comunicação social:

- Equilíbrio das contas públicas.
- Reforma da Previdência Social.
- Modernização trabalhista.
- Brasil Eficiente (Governo Digital).
- Imposto de Renda.
- Segurança no Trânsito - Operação Rodovia.
- Segurança Pública – Rio de Janeiro.
- Programa Avançar / Avançar Parcerias.
- Identidade Jovem.
- Dia internacional da mulher.
- Rede Brasil Mulher 2017.
- Projeto São Francisco – Eixo Leste II.
- Pis / Pasep.
- Censo Agropecuário.
- Prestação de Contas Governamental.
- Serviço Militar – Alistamento e Seleção.
- Identidade de Gênero – Orgulho LGBT.
- Fórum de Investimento Brasil 2017.
- Foros e Taxa de Ocupação de Imóveis da União.
- Carne brasileira no mercado externo.
- Proteção aos Direitos da Criança e Adolescente.

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 no Portal do Governo do Brasil (brasil.gov.br), Portal Planalto (planalto.gov.br), *Site Secom* (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 com foco na conquista de investimentos estrangeiros e atuação brasileiro no comércio exterior.
- **Eventos institucionais:** 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.
- **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 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 a agenda presidencial e de governo e destaques do Diário Oficial da União. Ampliação dos atendimentos à imprensa por meio de aplicativo de troca de mensagens instantâneas, por telefone ou e-mail. Credenciamento de jornalistas em sistema online. Elaboração de planos de comunicação e artigos presidenciais. Produção e acompanhamento de programas multimídia “Por Dentro do Governo”, “Bom dia Ministro”, boletim diário “Notícias do Dia”, além de divulgação de releases, áudios, monitoramento de rádio e de mídia online.
- **Canais de comunicação:** Priorização dos veículos de comunicação do Governo Federal para promover ações integradas de comunicação estratégica, produção de conteúdos para o programa de rádio “Voz do Brasil” e para programas multimídia, como “Semana do Planalto” e “Por Dentro do Governo”, programação da TV NBR, além de cobertura de eventos presidenciais e de órgãos do governo em agendas prioritárias do Governo Federal.

- **Patrocínio:** Incentivo permanente à prática de seleções de projetos de patrocínios, estímulo de ações socioambientais, consolidação dos conceitos técnicos de comunicação da IN Secom nº 09/2014, 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

O orçamento sob gestão da Secom compõe o Programa 2038 – “Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública”. Sendo assim, todas as informações sobre restos a pagar de exercícios 2013, 2014 e 2015 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 02 – Ações Orçamentárias

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

Fonte: Secom

2.3.1.1 Ação 20CT

Quadro A 2.3.1.1 – Ação 20CT

Identificação da Ação						
Responsabilidade da UPC na execução da ação		(<input checked="" type="checkbox"/>) Integral (<input type="checkbox"/>) Parcial				
Código		20CT Tipo: Atividade				
Título		Capacitação de Agentes para o Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM				
*Iniciativa		Não se Aplica				
Objetivo		Fortalecer a comunicação social do Poder Executivo Federal coma sociedade Código: 1162				
Programa		DEMOCRACIA E APERFEICOAMENTO DA GESTAO PUBLICA Código: 2038 Tipo: Temático				
Unidade Orçamentária		20101				
Ação Prioritária		(<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não Caso positivo: (<input type="checkbox"/>) PAC (<input type="checkbox"/>) Brasil sem Miséria (<input type="checkbox"/>) Outras				
Lei Orçamentária do exercício						
Execução Orçamentária e Financeira						
Dotação		Despesa			Restos a Pagar do exercício	
Inicial	Final	Empenhada	Liquidada	Paga	Processados	Não Processados
783.110,00	783.110,00	34.466,26	33.985,71	33.985,71	0	480,55
Execução Física						
Descrição da meta		Unidade de medida	Meta			
			Prevista	Reprogramada	Realizada	
Agente capacitado		Unidade	175	175	90	
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	
-	-	-	-	-	-	

Fonte: Tesouro Gerencial

Análise Situacional

Firmou-se com a Escola de Administração Fazendária – ESAF, para capacitação de agentes do Sicom, o Termo de Execução Descentralizada – TED nº 03/2017. Para execução do Termo, a ESAF empenhou o valor de R\$ 33.188,53, sendo R\$ 1.277,73 empenhados e pagos diretamente pela Secom, a título de ressarcimento de despesas referentes aos materiais de consumo, serviços gráficos e despesas administrativas.

A capacitação, com utilização da verba disponível na ação orçamentária "20CT - Capacitação de Agentes do Sicom", realizada em 2017, abrangeu 90 servidores. O curso "Gestão e Fiscalização de contratos", realizado nos meses de setembro e outubro do referido exercício, com economia de gastos, tendo em vista outros eventos de capacitação promovidos pela Secom com o apoio de empresas e órgãos parceiros, sem custo para a Administração.

A meta de capacitação para o ano de 2017 era de 175 (cento e setenta e cinco) agentes públicos. Levando em conta eventos de capacitação com o apoio de empresas, sem impacto na verba dessa ação, infere-se que foi superada a meta pré-estabelecida.

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
253.413.362,00	403.413.362,00	403.346.366,00	189.446.142,11	189.446.142,11	-	205.900.223,89
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

73.066.147,70	49.616.273,13	320.458,34	-	-	-
---------------	---------------	------------	---	---	---

Fonte: Tesouro Gerencial

Análise Situacional

Dentre as ações orçamentárias sob a gestão da Secom, a Ação 2017 é a que possui maior dotação. Foi suplementada em R\$ 150 milhões por meio da Lei 13.528/2017 e pela Portaria nº 333/2017 do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão – MPDG, justificando, com isso, a dotação atual superior à inicial.

Dos R\$ 403,3 milhões empenhados para esta Ação, R\$ 330,7 milhões foram executados por meio dos contratos com as agências de propaganda licitadas, cujas principais campanhas publicitárias estarão descritas mais adiante. Outros R\$ 64,5 milhões foram executados no âmbito dos demais contratos de comunicação, resumidos na tabela a seguir:

Tabela 03 – Outros contratos

Descrição	Valor Executado (R\$ – milhões)
Relações Públicas no Exterior	12,9
Pesquisa de Opinião Pública	4,6
Comunicação Digital	46,2
Outros	0,8
Total	64,5

Fonte: Secom

O restante do crédito empenhado para esta Ação, R\$ 8,1 milhões, foi executado por meio de Termos de Execução Descentralizada – TED pelo Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil – MTPA e pela Embratur, de modo a apoiar ações de interesse do Sicom, que tem a Secom como órgão central da comunicação de governo.

O montante expressivo inscrito em “Restos a Pagar”, decorreu de dois fatores: a) a publicação, somente no segundo semestre, dos instrumentos legais que suplementaram a referida ação. Com isso, as campanhas executadas com esse recurso foram autorizadas no final do exercício, com a apresentação dos documentos de cobrança no exercício seguinte e; b) em função da dinâmica do processo de liquidação das despesas, da extensão do cadastro de veículos e da necessidade de comprovação das veiculações para encaminhamento dos documentos para liquidação e pagamento dos serviços prestados.

Como as despesas só são liquidadas depois do processo de comprovação da prestação de serviços, valores significativos foram reinscritos 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 anunciante, no caso a União (Secom), somada à política de governo de regionalização da mídia, fazem com que o tempo de processamento dos pagamentos pelos serviços prestados se estenda.

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 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 as metas físicas, pontua-se que a Secretaria de Orçamento Federal – SOF/MP, por meio da Nota Técnica nº 13998/2016-MP, concluiu que tanto a Ação 2017 – Comunicação Institucional, quanto à Ação 4641 – Publicidade de Utilidade Pública, devem permanecer da forma como foram criadas, ou seja, sem produtos e, conseqüentemente, sem metas físicas.

2.3.1.2.1 Publicidade Institucional

No exercício de 2017 foram realizadas 34 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:

- **Campanha Reforma da Previdência** – ação de esclarecimento da população a respeito da proposta de Reforma da Previdência, desenvolvida em quatro fases distintas, em virtude da necessidade de acompanhar a evolução do assunto em diferentes momentos do ano.
- **Campanha de fim de ano** – ação teve como objetivo ensejar na população sentimentos de confiança e prosperidade em relação ao próximo ano. A ação divulgou a síntese do conjunto de ações e realizações ocorridas durante o ano, evidenciando o resultado concreto das medidas adotadas pelo Poder Executivo Federal, a exemplo da redução da taxa básica de juros, a queda da inflação e a retomada da geração do emprego e do desenvolvimento econômico do país e seu papel de protagonista na transformação em curso no Brasil, apontando os rumos que devem ser seguidos no ano vindouro.
- **Avançar** – ação publicitária relativa ao Programa Avançar, que tem como objetivo promover a retomada do planejamento e execução de grandes obras de infraestrutura social, urbana, logística, e energética do país, nos anos de 2017/2018.
- **Avançar Parcerias** – ação relativa ao Programa de Parceria de Investimentos, que entrou na 3ª fase/carteira de projetos, também foi objeto de ação de comunicação em função do seu ineditismo na remodelagem do formato das concessões no Brasil.

O combate à violência no Rio de Janeiro e as obras do projeto São Francisco também mereceram ação especial de comunicação do Executivo Federal.

No universo das ações que envolvem atendimento aos órgãos do SICOM, foram objeto de análise técnica nove briefings de comunicação para fins de processo licitatório de empresa prestadora de serviço de publicidade.

2.3.1.2.2 Eventos Institucionais

Durante o exercício de 2017, o Departamento de Eventos – DEVEN acompanhou um total de 150 eventos que contaram com a interveniência e gestão da Secom, sendo 73 deles realizados no Palácio do Planalto ou no Palácio da Alvorada e 77 eventos externos. A relação completa dos eventos está descrita no Anexo II e III.

Dentre eles, destacamos eventos sobre o lançamento de programas como o “Empreender Mais Simples”, que apoia gestão das empresas e disponibilização de R\$ 8,2 bilhões de crédito para empreendedores, “Programa Nacional de Regularização Fundiária” e “Programa Viva Voluntário – Programa Nacional do Voluntariado” alinhado aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – ODS, da Agenda 2030; a “Liberação do Saque das Contas Inativas FGTS”, que beneficiou 30 milhões de brasileiros; o “Novo Portal do Comércio Exterior”; a assinatura do Decreto sobre a “Nova Política Portuária”; o lançamento do “Novo Fies”; a sanção “Reforma Trabalhista”; a assinaturas de “Contratos de Concessão de Aeroportos”; o lançamento do “BNDES Giro”, nova linha de crédito de capital de giro para microempreendedores; o lançamento do “Progredir” para beneficiários do Bolsa Família; a antecipação do “Calendário PIS/PASEP”, com a movimentação de mais de 15 bilhões na economia; entre outras ações e programas lançados com a presença do Presidente da República.

Em maio, foi realizado Cerimônia de Balanço de um ano de Governo, que contou com a participação de todos os Ministros e vários parlamentares.

Com grande infraestrutura e logística, foi realizada em parceria com o Departamento de Documentação Histórica da Presidência da República e com o Arquivo Nacional, a Exposição “Brasilis a Brasília, Desenvolvimento, Liberdade e Patriotismo”, uma viagem no tempo por documentos da história do Brasil, como a Lei Áurea, a partitura do Guarani, dentre outros. Coube ao Departamento acompanhar o desenvolvimento da linha criativa que estampou toda a exposição, e a montagem de toda comunicação visual na área externa do Palácio do Planalto e da parte expositiva, no Salão Oeste, bem como a programação visual do evento de abertura da exposição.

Destacamos também a realização do Fórum Brasil de Investimento – FIB 2017, organizado pela Presidência da República em conjunto com o Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão – MP, Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – Apex-Brasil e Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID. Este evento, em sua primeira edição, contou com a participação de mais de 42 países e de 22 setores econômicos, além de líderes políticos, empresariais, acadêmicos e de mídia, com representantes de países como Estados Unidos da América, China, Japão, Reino Unido, Alemanha, incluindo mais de 200 CEOs de multinacionais.

Ainda como esforço de atração de investimentos, foi realizado também, dentro da agenda Presidencial em Nova Iorque, evento em parceria com o veículo Financial Times, onde foram apresentadas informações sobre as oportunidades de investimento nos setores de transportes, energia, petróleo e gás, com a participação de Ministros das pastas, além dos mecanismos de financiamento no Brasil, com a participação de presidentes de bancos estatais.

Foi realizado evento em comemoração ao 7 de Setembro, incluindo o Desfile Cívico, bem como a implementação das ações de comunicação das comemorações. O valor contratado foi o menor dos últimos anos, mesmo com mudanças no formato de três das cinco tribunas de autoridades, que passaram a ter cadeiras fixas e maior desnível, que permitiu excelente visibilidade. Outra novidade foi a implantação do sistema de credenciamento eletrônico para a emissão dos convites das arquibancadas e tribunas da área controlada, trazendo maior comodidade e segurança aos convidados e autoridades, além de economia na impressão em papel desses convites.

Desde novembro de 2017, o DEVEN vem participando ativamente, junto ao Gabinete da Secretaria-Geral da Presidência da República, da formatação da agenda do Programa Avançar, com visitas de monitoramento e cerimônias de conclusão e entrega de grandes obras de infraestrutura logística, energética, defesa, social e urbana. Todos os ministérios setoriais estão envolvidos no Programa, o que promove importantes entregas em todos os setores estruturantes e promove geração de emprego e renda, por meio de mais de sete mil obras em todo o país. A atuação do Departamento, neste contexto, é apoiar a formatação desses eventos, e acompanhar in loco para garantir visibilidade à marca do programa.

Internamente, o Departamento apoiou a execução do evento “Melhores Práticas em Comunicação – Modelo Britânico”, destinado aos profissionais de comunicação do Sicom e que contou com a participação da Chefe de Comunicação Estratégica do Reino Unido, que trouxe a oportunidade da troca de experiências e descoberta de novas maneiras de aprimorar ainda mais a comunicação com todos os brasileiros.

2.3.1.2.3 Comunicação Digital

Em 2017, foram continuados os canais de comunicação digital Portal Planalto (www.planalto.gov.br), Portal do Governo do Brasil (www.brasil.gov.br), e o Portal para divulgação de conteúdos de promoção do Brasil no exterior (www.brazilgovnews.gov.br).

Todos esses ambientes seguem a estrutura do portal institucional padrão, elemento que compõe a Identidade Digital de Governo – IDG do Poder Executivo federal. Os manuais orientadores para a identidade padrão estão disponíveis em (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 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.

As ações de implantação da Identidade Digital de Governo – IDG nas propriedades digitais dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal prosseguiram, sob orientação da Secom, 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. Além disso, em 2017 o projeto de reformulação da Nova Identidade de Governo foi iniciado com a proposta de entrega do Portal Padrão para o primeiro semestre de 2018.

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

Foram realizados três eventos com órgãos do Sicom sobre melhores práticas em comunicação nas redes sociais, com participação dos principais players do mercado nesse segmento (*facebook* e *twitter*).

Foram criadas as seguintes páginas especiais no Portal Brasil:

- **1 ano de Governo** – <http://brasil.gov.br/agorabrasil#>
Página criada com o objetivo de divulgar as principais realizações do governo federal nos últimos 12 meses, por meio de uma série de matérias que reverberam ações positivas, relevantes e estratégicas da atual gestão.
- **500 dias de fato** – <http://www.brasil.gov.br/500-dias-de-fato>
Página criada para acompanhar a campanha nas redes sociais contanto com 513 ações realizadas pela atual gestão.
- **Brasil Eficiente** – <http://www.brasil.gov.br/brasileficiente>
Página criada para acompanhar ação de Publicidade. O objetivo do projeto é dar visibilidade e sustentação, no âmbito governamental e na sociedade, às iniciativas que integram o Brasil Eficiente, conferindo significado ao desempenho da função pública do Estado brasileiro na prestação de serviços ao cidadão.
- **Consolidação** – <https://www.brasil.gov.br/juntos-fazemos>

A página criada teve o objetivo de mostrar os três momentos diferentes do cenário brasileiro: a questão do histórico econômico, o cenário atual com as novas mudanças na economia e melhora em vários índices e a perspectiva de um futuro melhor, com crescimento em todas as áreas.

- **Reforma da Previdência** – <http://brasil.gov.br/reformadaprevidencia>
Criação de página receptiva para a campanha publicitária referente a Reforma da Previdência, que abordou os principais pontos discutidos e que geravam dúvidas na sociedade.
- **Modernização Trabalhista** – <https://www.brasil.gov.br/trabalhista>
Criação de site e vídeos para abordar todos os assuntos relacionados às modificações tratadas pela Modernização Trabalhista. Além de trazer matérias relacionadas à modernização, o conteúdo foi dividido em dois blocos de informações: um direcionado ao trabalhador e outros direcionados ao empregador.
- **7 de Setembro** – <https://www.brasil.gov.br/7desetembro>
Página receptiva de campanha e vídeo comemorativo para a data.
- **Dados Abertos** – <https://www.brasil.gov.br/dados-abertos>
Criação de plano de comunicação e página receptiva com disponibilização dos dados de governo para a população em geral. O objetivo da página contou com uma parte por ser obrigatoriedade legal, além de tornar os dados acessíveis a todos os brasileiros, para quaisquer fim e sem custos e ainda como oportunidade de destaque de agenda positiva do governo, em se tratando de transparência.
- **Trabalhômetro** – www.brasil.gov.br/trabalhometro
Criação de página receptiva de campanha publicitária a respeito dos números de trabalhos criados no Brasil, de acordo com a última PENAD contínua de 2017.
- **Enem 2017** – <https://www.brasil.gov.br/educacao/enem>
Com o objetivo de potencializar a divulgação das ações do governo no âmbito da Educação, foi criada uma página especial com lançamento na data de divulgação dos resultados do Enem, momento em que há, historicamente, um pico de acessos no Portal Brasil. A ideia foi manter o ambiente frequentemente atualizado, considerando um pacote de conteúdos para momentos da vida do estudante, desde a preparação para a prova até a entrada na universidade, encaminhamentos para cursos técnicos, bolsas de estudos, etc e, assim, estimulando a permanência do jovem na página.
- **Juntos Fizemos** – www.brasil.gov.br/juntosfizemos
Criação de página receptiva para campanha #JuntosFizemos, que tinha por objetivo apresentar aos brasileiros as grandes ações realizada pela gestão atual do Governo Federal bem como os seus benefícios para a sociedade, a curto e longo prazo.

Foram criadas no Portal Planalto:

- **Exposição Brasilis** – <https://www2.planalto.gov.br/brasilis>
Página que tratava conteúdos a respeito da Exposição alocada no Palácio do Planalto.

Foram desenvolvidos:

- **CDES** – www.cdes.gov.br
Atualização da interface do site anterior do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social, considerando a evolução nos padrões e comportamentos de navegação e interação dos usuários em ambientes digitais. O projeto de nova interface teve como objetivo otimizar a compreensão dos conteúdos do Conselho tendo como base as diretrizes estabelecidas pela Identidade Digital de Governo – IDG.
- **Vida da Criança** – <http://www.vidadacrianca.gov.br>
Página na internet e canal no *youtube* com vídeos curtos com atualização semanal, no modelo de tutoriais e depoimentos sobre os temas relativos ao desenvolvimento da criança: saúde, educação, cuidados básicos, estímulo ao desenvolvimento, casos especiais, etc. Os temas passeiam transversalmente pela Esplanada.

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.

2.3.1.2.4 Relações Públicas no Exterior

O Departamento de Imprensa Internacional desenvolve, como apoio da CDN, o planejamento estratégico de comunicação de ações específicas, no relacionamento com a imprensa internacional e em relações públicas no exterior. No decorrer de 2017, foram realizadas atividades de caráter continuado, como traduções e revisões, produção de textos, distribuições de materiais do governo federal e atendimento à imprensa. Abaixo estão descritas as ações efetivadas no período:

- **Apoio a Ministros em viagem ao exterior** – Total: 5

As viagens ao exterior de autoridades do governo federal foram boas oportunidades para a realização de coletivas e entrevistas exclusivas. Em 2017, foram realizados 5 acompanhamentos:

- Em março, o ministro de Minas e Energia, Fernando Coelho Filho, esteve em Toronto, no Canadá, para participar da Convenção *Prospectors & Developers Association of Canada* (PDAC 2017). A viagem teve repercussão positiva, com matérias publicadas na agência Reuters, entre outros meios de comunicação.
- Em maio, o ministro Fernando Coelho esteve em Houston, nos Estados Unidos,

para participar da *Offshore Technology Conference* (OTC 2017). O evento contou com apoio de mídia e repercutiu positivamente em veículos especializados, como a Energy Press, além da agência Reuters.

- Em setembro, o presidente Michel Temer esteve nos Estados Unidos para participar da 72ª Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU). O presidente participou de outros eventos, acompanhado dos ministros Henrique Meirelles (Fazenda), Fernando Coelho (Minas e Energia), além de Ilan Goldfajn (Banco Central). A equipe CDN agendou e coordenou entrevistas dos ministros Fernando Coelho à Bloomberg e Ilan Goldfajn ao Wall Street Journal.
- Em novembro, foi dado apoio à comitiva brasileira que participou da 23ª Conferência das Partes (COP-23) da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, realizada entre os dias 6 e 17 de novembro em Bonn, na Alemanha. Foram organizadas entrevistas coletivas, além de exclusiva à agência Reuters. Ainda em novembro, representantes do governo brasileiro estiveram em Frankfurt, na Alemanha, por conta da realização de evento para disseminar as iniciativas do “Programa Avançar Parcerias” junto à mídia alemã. A viagem contou com apoio de mídia.

- **Fact Sheet**² – Total: 7

Com o objetivo de divulgar informações e subsídios para o trabalho do jornalista estrangeiro, os *fact sheets* elaborados em 2017 abordaram principalmente temas relacionados às oportunidades de investimentos no Brasil, à Operação Carne Fraca, além da participação do Brasil na COP-23.

No mês de março, devido à Operação Carne Fraca, que investiga um esquema de corrupção na fiscalização da carne brasileira destinada aos mercados internos e internacionais, foi produzido um *fact sheet* com informações sobre a indústria da carne no Brasil, com foco nos modelos de fiscalização sanitária adotados pelo país.

Ainda em março, foi elaborado um *fact sheet* com informações sobre o sistema brasileiro de prevenção e combate à corrupção como subsídio para uma reunião do G20 sobre o tema.

Já em abril, com a realização do Fórum de Investimentos Brasil 2017, foi elaborado um *fact sheet* com informações sobre o panorama macroeconômico brasileiro e oportunidades de investimento no país.

Em setembro, outro *fact sheet* com dados sobre investimentos no Brasil foi distribuído para a mídia internacional para coincidir com a viagem do presidente Michel Temer aos Estados Unidos.

² Ficha contendo todas as informações cruciais sobre um assunto específico.

Também em setembro, com a possível divulgação da delação premiada de Wesley Batista, presidente da JBS/Friboi, no âmbito da Operação Carne Fraca, foi elaborado um *fact sheet* com informações sobre as principais iniciativas adotadas pelo Ministério da Agricultura para aprimorar o modelo de fiscalização sanitária no Brasil.

Em outubro, foi elaborado um *fact sheet* para ser distribuído durante a “Conferência do Clima”, em Bonn, na Alemanha (COP-23), com as principais ações e mensagens do Brasil sobre o meio ambiente, com foco no panorama das negociações.

Ainda em outubro, os leilões da 2ª e 3ª rodadas do Pré-Sal mereceram um *fact sheet* com detalhes do certame e com dados do setor de exploração de óleo equivalente no país.

Em dezembro, foi elaborado um *fact sheet* com informações consolidadas sobre as principais realizações do governo federal durante o ano de 2017.

- **Plano de Comunicação** – Total: 3

Em fevereiro, foi elaborado plano de comunicação para definir a estratégia de divulgação do Fórum de Investimentos Brasil 2017.

Em março, após a divulgação da Operação Carne Fraca, foi elaborado um plano de comunicação com informações sobre a indústria da carne no Brasil. O documento elencou as principais estratégias a serem adotadas para reverter a imagem negativa do setor junto à mídia internacional.

Já em novembro, foi desenvolvido plano de comunicação para divulgar as posições do Brasil no âmbito da COP-23, realizada em Bonn, na Alemanha.

- **Treinamento de Porta-Vozes** – Total: 32

A pedido do Palácio do Planalto, foram realizados, durante o ano de 2017, 32 treinamentos de mídia com autoridades de diversas áreas do Executivo federal.

Com foco específico na Operação Carne Fraca e seus desdobramentos, foram treinados, no âmbito do Ministério de Agricultura, Pecuário e Abastecimento (MAPA):

- Eumar Novacki, secretário-executivo – abril
- Luis Rangel, secretário de Defesa Agropecuária – outubro
- Odilson Luiz Ribeiro e Silva, secretário de Assuntos Internacionais – novembro

Já em relação às oportunidades de investimento, foram treinados:

- Adalberto Vasconcelos, secretário-executivo do PPI – dezembro
- Marco Aurélio de Barcelos Silva, secretário de Articulação para Investimentos e

Parcerias – dezembro

- Bruno Eustáquio Ferreira Castro de Carvalho, diretor – dezembro
- Tatiana Thomé de Oliveira, diretora – dezembro

Além dos supracitados, participaram de media training porta-vozes das seguintes áreas:

- 7 do Ministério da Fazenda (MF) – março
- 9 do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços – julho
- 1 do Ministério de Minas e Energia (MME) – julho
- 1 do Ibama – agosto
- 1 do Ministério do Meio Ambiente (MMA) – outubro
- 1 da Secretaria-Geral da Presidência da República – dezembro
- 5 da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) – agosto

- **Perfis – Total: 101**

No âmbito da viagem do presidente da República, Michel Temer, ao Sudeste Asiático, a equipe CDN coordenou, em novembro e dezembro, a elaboração de 101 perfis de jornalistas e veículos de comunicação dos seguintes países: Vietnã, Cingapura, Timor-Leste, Malásia, e Indonésia.

- **Teleconferências – Total: 4**

Em março, foi realizada teleconferência com o ministro da Agricultura, Blairo Maggi, para falar do mercado internacional da carne brasileira frente à Operação Carne Fraca.

Em agosto, foi realizada uma teleconferência com o presidente do Banco Central, Ilan Goldfajn, que ofereceu um panorama sobre a situação econômica e fiscal do Brasil.

Já em setembro, o ministro de Minas e Energia, Fernando Coelho Filho, participou de teleconferência para falar sobre mudanças no marco regulatório do setor.

Em outubro, antes do início da COP-23 em Bonn, na Alemanha, o ministro do Meio Ambiente, Sarney Filho, participou de teleconferência com a imprensa internacional para falar sobre os compromissos do governo brasileiro para o meio ambiente.

- **Viagens de familiarização – Total: 1**

Realizada às margens do Fórum de Investimentos Brasil (29/05 a 02/06/2017), a viagem de familiarização foi voltada para jornalistas estrangeiros que atuam fora do Brasil e incluiu os seguintes veículos: The Economist, Michael Reid; Financial Times, Joseph Leahy; Bloomberg, Vivianne Rodrigues e Sabrina Valle; Reuters, Daniel Flynn; The Wall Street Journal, Samantha Pearson e Paul Kiernan; e CCTV, Gabriel Yin.

- **Outros – Total: 21**

Foram elaborados cinco folders com informações sobre oportunidades de investimento no Brasil em cinco áreas estratégicas. Foram definidos temas das seguintes áreas: Economia, Agropecuária, PPI/Programa Avançar Parcerias, Energia e Comércio Exterior.

Ao todo, foram produzidos os seguintes folders, todos em dezembro:

- Brasil no Caminho do Crescimento Sustentado
- Programa Avançar Parcerias: construindo um Brasil de oportunidades
- Energia no Brasil: desafio que traz oportunidades
- Mais modernização e menos burocracia na indústria e comércio exterior do Brasil
- Agropecuária brasileira estimula iniciativas sustentáveis

Ainda em 2017, com o objetivo de subsidiar estratégias de comunicação da Presidência da República, foram elaborados 11 Mapas de Influenciadores e cinco Mapas de Temas Sensíveis.

Tabela 04 - Mapas de Influenciadores e Mapas de Temas Sensíveis.

Mapas de Influenciadores	Mapas de Temas Sensíveis
Operação Carne Fraca (março)	Vietnã (dezembro)
Carne Brasileira na Mídia (setembro)	Cingapura (dezembro)
Meio Ambiente (outubro)	Timor-Leste (dezembro)
Social (dezembro)	Indonésia (dezembro)
Economia (dezembro)	Malásia (dezembro)
Turismo (dezembro)	
Vietnã (dezembro)	
Indonésia (dezembro)	
Cingapura (dezembro)	
Timor-Leste (dezembro)	
Malásia (dezembro)	

Fonte: Secom

- **Brazilgovnews** – A manutenção do Brazilgovnews, versão em inglês do Portal do Governo Federal, www.brazilgovnews.gov.br integra o rol de atividades do DEINT. Diariamente são selecionados, traduzidos e adaptados ao público estrangeiro conteúdos publicados originalmente em português nas principais páginas do Governo ou identificados em outras fontes confiáveis. Os conteúdos também alimentam as redes sociais em inglês do Governo (Facebook e Twitter).

2.3.1.2.5 Pesquisa de Opinião Pública

A Secom organiza e desenvolve sistema de informação e pesquisa de opinião pública, a fim de monitorar as demandas e avaliações da sociedade em relação a políticas e serviços públicos, orientar o planejamento da comunicação do Poder Executivo federal, contribuir com a articulação das ações de comunicação e dar suporte à tomada de decisão.

Em 2017, foram realizadas 40 pesquisas qualitativas e quantitativas de opinião pública, que buscaram verificar a percepção popular sobre políticas públicas, programas federais, atuação do governo, avaliação da conjuntura econômica e social, 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 até julho de 2017: Ibope Inteligência, Pesquisa e Consultoria Ltda. (pesquisas quantitativas) e Virtu Análise e Estratégia Ltda. (pesquisas qualitativas).

Os resultados dos estudos foram disponibilizados, para conhecimento da sociedade, no site Secom (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 2017:

Tabela 05 – Pesquisas de Opinião Pública

Modalidade	Mês	Tema principal
Qualitativa	Janeiro/2017	Pesquisa Campanha Reforma da Previdência
Quantitativa Domiciliar	Janeiro/2017	Pesquisa Avaliação de Governo e Previdência
Quantitativa Telefônica	Janeiro/2017	Pesquisa Crise no Sistema Prisional
Qualitativa	Fevereiro/2017	Pesquisa Avaliação de Serviços Públicos de Saúde
Quantitativa Telefônica	Fevereiro/2017	Pesquisa Reforma da Previdência
Quantitativa Telefônica	Fevereiro/2017	Pesquisa Reforma da Previdência Pós Campanha
Qualitativa	Março/2017	Pesquisa Conceitos Campanha Reforma da Previdência
Qualitativa	Março/2017	Pesquisa Pós-teste Dia Internacional da Mulher
Quantitativa Domiciliar	Março/2017	Pesquisa Avaliação de Governo, Reforma da Previdência e Manifestações de 15/03/2017
Quantitativa Telefônica	Março/2017	Pesquisa Justiça, Segurança Pública e Povos Indígenas
Quantitativa Telefônica	Abril/2017	Pesquisa Ações do Governo, Greve Geral e Reforma da Previdência
Qualitativa	Maio/2017	Pesquisa Avaliação da Comunicação Governamental
Quantitativa Domiciliar	Maio/2017	Pesquisa Avaliação de Governo e Reforma da Previdência
Quantitativa Telefônica	Maio/2017	Pesquisa Avaliação de Governo e Crise Política
Quantitativa Telefônica	Maio/2017	Pesquisa Manifestações
Qualitativa	Junho/2017	Pesquisa Crise Política
Qualitativa	Junho/2017	Pesquisa Avaliação de Governo
Quantitativa Face a Face	Junho/2017	Pesquisa Avaliação de Governo e Economia
Quantitativa Telefônica	Junho/2017	Pesquisa Avaliação e Manifestações I
Quantitativa Telefônica	Junho/2017	Pesquisa Avaliação e Manifestações II
Qualitativa	Julho/2017	Pesquisa E-social
Qualitativa	Julho/2017	Pesquisa Monitoramento de Crise
Quantitativa Face a Face	Julho/2017	Pesquisa Monitoramento de Crise
Qualitativa	Agosto/2017	Pesquisa Percepção e Marca EBC
Quantitativa Telefônica	Agosto/2017	Pesquisa Segurança Pública no Rio de Janeiro
Qualitativa	Setembro/2017	Pesquisa Conjuntura e Expectativas
Quantitativa Telefônica	Setembro/2017	Pesquisa Programa de Parcerias de Investimentos - PPI
Quantitativa Telefônica	Setembro/2017	Pesquisa Meio Ambiente e RENCA
Qualitativa	Outubro/2017	Pesquisa Pré-teste Campanha Avançar
Qualitativa	Outubro/2017	Pesquisa Nova Lei Trabalhista
Qualitativa	Outubro/2017	Pesquisa Pré-teste Reforma Trabalhista
Quantitativa Domiciliar	Outubro/2017	Pesquisa Avaliação de Governo e Comunicação
Quantitativa Telefônica	Outubro/2017	Pesquisa Reforma Trabalhista e Direitos do Trabalhador
Qualitativa	Novembro/2017	Pesquisa Avaliação de Governo e Conjuntura
Qualitativa	Novembro/2017	Pesquisa Conjuntura Econômica
Qualitativa	Dezembro/2017	Pesquisa Teste Campanha Reforma da Previdência

Fonte: Secom

Abaixo seguem as pesquisas cujos projetos foram iniciados em 2017, com previsão de conclusão em 2018.

Tabela 06 – Planejamento Pesquisas

Modalidade	Mês	Tema principal
Quantitativa Telefônica	Novembro/2017	Pesquisa Reforma da Previdência
Qualitativa	Dezembro/2017	Pesquisa Pré-teste Campanha Avançar
Quantitativa Domiciliar	Dezembro/2017	Pesquisa Avaliação de Governo e Contexto Político
Quantitativa Telefônica	Dezembro/2017	Pesquisa Beneficiários Minha Casa Minha Vida

Fonte: Secom

Foi testada uma nova metodologia de pesquisa quantitativa telefônica, que consiste em amostrar probabilisticamente os números de telefones a partir do cadastro da Anatel. Após a definição da amostra, foram aplicadas pesquisas utilizando a metodologia anterior e a nova, em que se concluiu que o novo formato é mais adequado e poderá ser utilizado em pesquisas futuras.

A Secom 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 01/07/2017 a 01/07/2018; 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 27/06/2017 a 27/06/2018; 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 27/06/2017 a 27/06/2018.

Periodicamente, a equipe técnica do Departamento de Pesquisa – DEPES realiza trabalho de avaliação e acompanhamento dos serviços executados pelas contratadas, buscando identificar necessidades de melhoria dos atuais serviços e da própria execução contratual. Em 2017, as avaliações foram realizadas no mês de abril para os três contratos em vigor.

Devido ao término da vigência dos três contratos, previsto para o final do primeiro semestre de 2018, o DEPES iniciou processo para realizar licitação para contratação de empresas ou institutos especializados em pesquisas qualitativas e quantitativas de opinião pública. Foram instruídos processos para cotação de preços de serviços de pesquisa, para subsidiar a realização do certame no próximo ano.

2.3.1.3 Ação 2675

Quadro A 2.3.1.3 – Ação 2675

Identificação da Ação						
Responsabilidade da UPC na execução da ação	(<input checked="" type="checkbox"/>) Integral (<input type="checkbox"/>) 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	(<input type="checkbox"/>) Sim (<input checked="" type="checkbox"/>) Não Caso positivo: (<input type="checkbox"/>) PAC (<input type="checkbox"/>) Brasil sem Miséria (<input type="checkbox"/>) Outras					
Lei Orçamentária do exercício						
Execução Orçamentária e Financeira						
Dotação		Despesa			Restos a Pagar do exercício	
Inicial	Final	Empenhada	Liquidada	Paga	Processados	Não Processados
54.951.893,00	49.174.022,00	44.100.000,00	13.762.837,70	13.762.837,70	-	30.337.162,30
Execução Física						
Descrição da meta		Unidade de medida	Meta			
			Prevista	Reprogramada	Realizada	
Conteúdo difundido		Unidade	146.309	146.309	156.577	
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	
19.137.336,62	10.446.245,18	-	-	-	-	

Fonte: Tesouro Gerencial

Análise Situacional

A Lei Orçamentária Anual – LOA previu orçamento de R\$ 54,9 milhões para a Ação em questão. Tendo em vista o limite para movimentação de empenho disponibilizado para a Secom ter sido inferior ao somatório total dos valores das ações previstas na LOA, fez-se necessária a gestão dos empenhos, de acordo com as prioridades das demandas. Sendo assim, ao final do exercício, foi remanejado o valor de R\$ 5 milhões para a Ação 2017 – Comunicação Institucional. Além disso, houve cancelamento R\$ 5,7 milhões da dotação inicial para compor suplementação, também da Ação 2017 – Comunicação Institucional.

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, ser verificada e considerada apta para pagamento pelo gestor do contrato.

O ano financeiro de 2017 iniciou-se com relativa cautela orçamentária, em virtude da edição do decreto nº 9.018/2017, que limitou de execução financeira e orçamentária da Secom e, conseqüentemente a do Contrato nº 02/2014. Diante disso, os serviços tais como manutenção de canais em redes sociais e *YouTube* foram suspensos e, também, reduzida a frequência de exibição de programas produzidos pela contratada.

Para cobrir agendas presidenciais externas passou-se a priorizar eventos gravados com posterior geração de imagens e exibição na TV NBR, além de transmissões ao vivo com uso de sinal de vídeo e áudio a partir de equipamento móvel com sistema de rede de dados. Neste caso, os sinais são transmitidos via IP para processamento e exibição (conhecido como *mochilink*), buscando redução de gastos.

Os serviços de Legenda Oculta tiveram seus valores revistos o que ocasionou uma economia mensal de, aproximadamente, R\$ 500.000,00, sem prejuízo da meta física de minutos difundidos. Ainda com a renovação, serviços cuja métrica era realizada por grupos de minutos passaram a ser cobrados por minuto, visando dar mais transparência às cobranças, ao controle dos serviços e, conseqüentemente, a economia de gastos.

Além disso, coberturas no Palácio do Planalto, que antes custavam R\$ 40.049,16, no novo termo aditivo passaram a custar R\$ 28.168,51, haja vista a existência de equipe técnica e equipamentos nas dependências do Palácio, o que não justificava o alto custo. Ressalte-se que todas estas alterações foram realizadas sem prejuízo dos minutos difundidos, o que justifica a redução de valores empenhados/executados, sem prejuízo para o alcance da meta.

Neste exercício, os programas “Por Dentro do Governo”, na televisão, e o “Semana do Planalto”, no rádio, que ainda não existiam no momento em que a meta física para 2017 foi informada, foram criados com a finalidade de aproximar o Governo Federal do cidadão comum, transmitindo aos beneficiários de forma clara e didática as ações do governo e suas políticas públicas.

2.3.1.3.1 TV NBR e Voz do Brasil

A NBR é o canal de TV do Poder Executivo federal. Criado em 13 de junho de 1998, a TV NBR é fonte de informação para o cidadão e imprensa, bem como de capacitação para os agentes públicos. Atua de forma complementar às TVs Públicas e Comerciais, sendo ainda instrumento de registros históricos e para usos diversos. A coordenação da programação da TV NBR está a cargo da Secom.

Em 2017, os principais destaques da produção da TV NBR foram:

Jornalismo – Em 2017, destacaram-se a cobertura jornalística da inauguração do trecho leste do Projeto Rio São Francisco e “Reforma Trabalhista”. A temática “Reforma da Previdência” também foi tratada com matérias explicativas, entrevistas com especialistas e parlamentares, tiradúvidas, além de cobertura de debates em São Paulo e no Rio de Janeiro.

A NBR cobriu a visita do Chefe do Governo Espanhol ao Brasil, além das viagens internacionais do Presidente da República a Rússia, Noruega, Alemanha (encontro do G20 em Hamburgo), China, Estados Unidos (Assembleia Geral da ONU).

No segmento econômico, foram abordados os saques das contas inativas do FGTS, “Fórum de Investimentos Brasil”, divulgação do “Caged” e o “Plano Safra 2017/2018”.

Web – As matérias especiais sobre o “Projeto Rio São Francisco” e da Serra da Capivara, veiculadas no primeiro trimestre, obtiveram destaque nas redes sociais, com mais de 15 mil interações. O canal da “TV NBR”, no Youtube, apresentou crescimento em assinaturas de usuários. A significativa quantidade de material sobre a Reforma da Previdência contribuiu esse desempenho.

Monitoramento de Mídia – Em 2017, foi ampliada a interação e oferta de soluções para a Secretaria de Imprensa da Secom. Dentre as iniciativas destacam-se, o envio das chamadas das capas das principais revistas, via WhatsApp; consolidados especiais de matérias sobre a reforma da Previdência, “Carne Fraca”, “Programa Agora é Avançar”, entre outras; disponibilização dos noticiários de TV com resumos dos conteúdos e vídeos; e monitoramentos especiais às viagens internacionais do Presidente da República.

Criação e Arte - A produção visual da TV NBR foi aprimorada (linguagem e narrativa). Novas peças institucionais foram produzidas para atualizar a interprogramação do canal, com destaque para o programa “#Na Real”, voltado à juventude, desenvolvido com identidade visual e sonora específica, e as séries “Mulheres da Ciência” e “A história nessa semana”.

Programação de TV e Rede Nacional de Rádio – Em 2017, foram lançadas dez novas produções sobre cultura brasileira, saúde, meio ambiente, empreendedorismo e sustentabilidade. Além da parceria com “Fiocruz” e “TV Ines”, foram firmadas novas parcerias com Sebrae, Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM, Associação Cultural Sempre Um Papo e TV Justiça, que geraram 8 programas específicos.

Outro destaque da grade de programação foi a implementação do recurso de acessibilidade de audiodescrição em alguns programas, na faixa horária de 9h30 às 10h.

A cobertura, pela TV NBR do desfile de “7 de Setembro”, na Esplanada dos Ministérios, em Brasília, passou a ser feita ao vivo, do Palácio do Planalto. Durante a transmissão houve a participação recorde com 17.200 mensagens de telespectadores.

Outros destaques da programação foram os programas: “Por Dentro do Governo”, “Itamaraty 50 anos” e “Defesa”, “NBR Entrevista”.

A Rede Nacional de Rádio, em parceria com a TV NBR, produziu 11 edições do programa “Por Dentro do Governo e 16 edições do Saiba Mais”, que contaram com a participação de rádios de todo o país. Também fez a produção e divulgação de material radiofônico sobre programa “Agora é Avançar”.

Tabela 07 – Resumo de atividades – TV NBR

Produção	Números de Produção de Serviços 2017				Total
	Jan/Fev/Mar	Abr/Mai/Jun	Jul/Ago/Set	Out/Nov/Dez	
Transmissões de eventos do Governo					
- Ao vivo	57	29	44	46	176
- Gravadas	8	4	4	8	24
NBR Notícias e Repórter NBR					
- Número de edições	579	551	600	541	2.271
- Reportagem	686	834	830	474	2.824
- Links	385	336	330	330	1.381
- Infografias	417	250	316	296	1.279
A Voz do Brasil					
- Número de edições	64	61	64	61	250
- Reportagem	357	368	375	405	1.505
- Entrevista	18	8	25	9	60
Programas próprios	19	21	18	17	75
Programas co-produção	80	48	35	78	241
Exibição Interprogramas					
- Da redação	0	0	0	0	0
- Campanhas de Governo	5	7	7	7	26
Interprogramas Jornalísticos					
- Direto do Planalto	0	0	0	0	0
- Por Dentro do Governo	52	16	9	46	123
- Saiba Mais	10	12	13	4	39
Por Dentro do Governo (Rádio e TV)	0	0	0	9	9
Cenas do Brasil	0	0	0	0	0
NBR Entrevista	10	8	4	6	28
Panorama IPEA	0	0	0	0	0
Conexão Ciência	8	11	7	7	33
Teleconferências MDS	0	0	0	0	0
Boletim da Saúde	11	12	13	9	45
Boletim Educação no Ar	8	7	6	7	28
Últimas - Boletins	0	0	0	0	0
Chamadas	3.795	3.539	4.727	4.650	16.693
Programas de Rádio					
- Bom dia Ministro	0	0	0	0	0
- Brasil em pauta	0	0	0	0	0
Infografias - BDM e Brasil em Pauta	0	0	0	0	0
Transmissões de Eventos do Poder Executivo – RadioSat					
Redes Obrigatórias do Poder Executivo – Convocação e geração	0	0	0	6	6
Criação de Spots de Rádio	0	20	0	0	20
Identidade visual e Marcas	12	7	10	4	33
Cenografia (física e virtual)	2	0	10	1	13
Peças institucionais e educativas para clientes	0	0	1	0	1
Peças institucionais para EBC	0	0	27	1	28
Interprogramas especiais	42	36	43	30	151
Artes para redes sociais	63	0	0	73	136
Infográficos para Internet	0	0	91	174	265
Mensagens Oficiais (Captação e	0	0	0	1	1

Edição)					
Desenvolvimento de <i>sites</i> e ferramentas	7	20	3	4	34
Twitter (seguidores)					
- NBR	168.438	169.679	-	-	169.679
- A Voz do Brasil	139.842	140.874	-	-	140.874
Youtube TV NBR					
- Exibições	1.594.585	1.632.031	1.914.641	2.149.859	7.291.116
- Assinantes	63.003	73.398	83.037	92.134	92.134
Facebook TV NBR - Curtidas	77.641	79.615	-	-	79.615

Fonte: EBC

Durante o ano de 2017, o Presidente da República gravou mensagens exclusivas para os ouvintes do Programa “A Voz do Brasil”, tratando de temas como o saque do Pis/Pasep, retomada da economia e regularização fundiária, além de entradas ao vivo no Programa de rádio que completou 82 anos e alcança mais de 60 milhões de brasileiros. Destaca-se ainda que o número de seguidores do perfil de “A Voz do Brasil”, no *Facebook*, praticamente dobrou em relação a 2016, chegando a mais de 5 mil seguidores.

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 Publica				
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
34.822.483,00	32.465.764,00	32.007.715,32	26.344.232,86	26.343.331,97	900,89	5.663.482,46
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	
3.633.721,57	1.089.875,55	6.103,40	-	-	-	

Fonte: Tesouro Gerencial

Análise Situacional

Assim como na Ação 2675 – Comunicação e Transmissão de Atos e Fatos do Governo Federal, houve cancelamento de R\$ 2,4 milhões da dotação inicial desta Ação para compor a suplementação da Ação 2017 – Comunicação Institucional.

De forma direta, por meio dos contratos com as agências de propaganda, foi executado o montante de R\$ 22,7 milhões. Ressalta-se que na dotação inicial e final foi acrescido o valor de R\$ 200 mil, referente ao crédito derivado de Emenda Parlamentar.

Houve, ainda, execução indireta das Demandas de Publicidade de Utilidade Pública, por diversos Ministérios, de modo a apoiar ações de interesse do Sicom, que tem a Secom como órgão central da comunicação de governo.

Dessa forma, foram formalizados Termos de Execução Descentralizada – TED com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, o Ministério do Esporte e o Ministério do Desenvolvimento Social, resultando no montante de R\$ 9,3 milhões.

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 descrever a definição de metas, pelas mesmas razões já citadas na ação 2017 – Comunicação Institucional.

2.3.1.4.1 Publicidade de Utilidade Pública

Dentre as 15 ações de Publicidade de Utilidade Pública desenvolvidas, destacam-se as ações relativas à Modernização Trabalhista, cujo tema impôs a necessidade de informar a população sobre os efeitos práticos no mundo do trabalho, decorrente da nova legislação trabalhista brasileira que passou a vigorar em 11 de novembro de 2017.

- Foros e Taxas de Ocupação de Imóveis da União – ação de comunicação com objetivo de informar a população sobre a importância do pagamento de foros e taxas de ocupação dos imóveis da União. A cobrança é realizada anualmente pelo Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, com vistas a minimizar a inadimplência dos foros e taxas de ocupação que devem ser pagos anualmente por ocupantes de imóveis da União.
- Censo Agropecuário 2017 – ação desenvolvida com objetivo de informar a sociedade sobre o início da coleta de dados, convencimento e operação do público com vistas a gerar empatia e participação ativa por parte dos entrevistados, motivando-os a abrir as portas e receber o recenseador. O censo agropecuário é o principal e mais completo levantamento sobre a estrutura e as produções agrícola, aquícola, florestal e também da pecuária brasileira e investiga informações de cerca de 5 milhões de estabelecimentos agropecuários.
- Temas de interesse social de segmentos específicos também foram tratados pela comunicação do Executivo Federal, a exemplo de identidade de gênero, direito das mulheres, criança e adolescente, tais como: “Programa Identidade Jovem”, “Rede Brasil Mulher”, “Campanha LGBT” e “Dia Internacional da Mulher”.

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”.

No ano de 2017, a Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República – Secom/SG/PR promoveu eventos de disseminação de conhecimento e boas práticas em comunicação digital para os órgãos da Administração Pública Federal.

Para simplificar o acesso do cidadão a informações oficiais do Governo Federal e à prestação de serviços de utilidade pública, os portais de governo (brasil.gov.br; planalto.gov.br; secom.gov.br) e redes sociais (www.twitter.com/portaibrasil; www.facebook.com/portaibrasil; e www.youtube.com/canalportaibrasil) tiveram inovações na linguagem, formato e visual.

O diálogo com a sociedade teve como premissa a aproximação do discurso, a simplificação da linguagem e a interação nas redes sociais. Como resultado, a presença digital nas redes sociais foi intensificada em 2017. Uma nova comunicação entre Governo e servidores públicos foi criada pelo Whatsapp: o canal do servidor, que visa ampliar a comunicação com esse público por meio de informes sobre atividades e serviços.

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”.

No exercício de 2017, foram desenvolvidas ações de Publicidade Institucional e Publicidade de Utilidade Pública, com objetivo de divulgar temas de interesse social em observância ao princípio da publicidade dos atos públicos. Para tanto, foram utilizados diferentes ferramentas e canais de comunicação, no intuito de alcançar o maior número de cidadãos em todo o território nacional.

Temas de interesse social de segmentos específicos foram tratados pela comunicação do Executivo Federal, a exemplo de identidade de gênero, direito das mulheres, criança e adolescente. O combate à violência no Rio de Janeiro e as obras do projeto São Francisco também mereceram ação especial de comunicação.

Destaca-se o desdobramento da Campanha LGBT e publicações diversas do Dia da Consciência Negra e do Dia da Pessoa com Deficiência nas redes sociais.

As ações de comunicação digital foram pautadas por personagens com fenótipos brasileiros/latinos, apresentando a miscigenação do nosso povo nas redes sociais.

Está sendo criado banco de imagens com o intuito de construir base de fotos que represente a brasilidade na comunicação digital do Governo Federal.

2.3.1.6.2 Indicadores e Metas – Planejamento Estratégico

No âmbito do Planejamento Estratégico, os indicadores de desempenho que visam resultados institucionais das ações de publicidade, executadas dentro das Ações Orçamentárias 2017 e 4641, 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 2017, e atingiu 62% 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, no ano de 2017, obteve 96% dos quesitos apropriados de ação publicitária com realização de pesquisas pré-teste e 75% dos quesitos apropriados de ação publicitária com realização de pesquisas pós-teste.

Tabela 08 – Indicadores de Eficácia – Pré-teste

Pesquisas Pré de Mensagens Publicitárias	
O que medir	Nível de impacto e entendimento da mensagem, adequação de linguagem e conceito e receptividade das peças da campanha.
Como medir	Realizar pesquisas qualitativas. Análise comparativa entre os resultados obtidos com a pesquisa e os objetivos estratégicos do esforço de comunicação, realizando os ajustes necessários.
Quando medir	Antes da realização da ação de comunicação. 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].
Qual o padrão	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

Tabela 09 – Indicadores de Eficácia – Pós-teste

Pesquisas Pós de Mensagens Publicitárias	
O que medir	Nível de lembrança*, entendimento, grau de assimilação da mensagem e conceito e mudanças de comportamento resultante da ação.

Como medir	Realizar pesquisas qualitativas e/ou quantitativas. Análise comparativa entre os resultados obtidos com a pesquisa e os objetivos estratégicos do esforço de comunicação.
Quando medir	Após a realização de ação de comunicação. 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]
Qual o padrão*	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 – *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 10 – Indicador de Eficiência – Alcance e Frequência

Alcance e Frequência da Mídia (TV)	
O que medir	O alcance/cobertura e frequência do plano de mídia da campanha publicitária, nos mercados com checagem de veiculação.
Como medir	Comparar o plano de mídia* proposto com o realizado, utilizando os recursos de checagem apresentados pelas agências de propaganda que prestam serviço para Secom.
Quando medir	A cada campanha publicitária priorizada.
Qual o padrão*	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 – * para efeito de avaliação, serão considerados: Índices de Frequência: número 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 2017 constam dos relatórios de avaliação que constituem os Anexos IV a XVI deste Relatório. Os documentos originais estão disponíveis na Secom, para consulta, caso necessário.

2.3.2 Obrigações assumidas sem respectivo crédito autorizado no orçamento

A Secom não possui obrigações assumidas sem respectivo crédito autorizado no orçamento no exercício de 2017.

2.3.3 Restos a pagar de exercícios anteriores

Quadro A.2.3.3 – Restos a pagar

Restos a Pagar Não Processados (R\$)					
Ano de Inscrição	Montante em 1º de janeiro do ano 2017 (e)	Liquidados (f)	Pagos (g)	Cancelados (h)	Saldo a pagar 31/12 do ano 2017 (i) = (e-g-h)
2016	73.985.712,98	55.048.570,79	56.569.971,58	0,00	17.415.741,40

2015	9.314.171,84	1.531.136,22	1.531.136,22	310.458,34	7.472.577,28
2014	8.779.253,97			16.103,40	8.763.150,57
2013	3.758.067,10	0,00	0,00	0,00	3.758.067,10
Total	95.837.205,89	56.579.707,01	58.101.107,80	326.561,74	37.409.536,35

Fonte: Tesouro Gerencial

O montante acima representa os valores empenhados com orçamento próprio, excluindo-se o valor de R\$ 2,6 milhões, recebido por meio de Termos de Execução Descentralizada – TED de outros Órgãos da administração direta. Destaca-se que não houve inscrição em restos a pagar processados.

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), 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 (liquidada)				Despesa paga			
	2017	%	2016	%	2017	%	2016	%
1. Modalidade de Licitação (a+b+c+d+e+f+g)	214.282126,24	93,3	192.364.015,98	86,7	214.281.225,35	93,3	192.287.856,77	86,7
a) Convite	-	-	-	-	-	-	-	-
b) Tomada de Preços	-	-	-	-	-	-	-	-
c) Concorrência	213.494.033,76	93,0	191.264.015,98	86,2	213.493.132,87	93,0	191.187.856,77	86,2
d) Pregão	788.092,48	0,3	1.100.000,00	0,5	788.092,48	0,3	1.100.000,00	0,5
e) Concurso	-	-	-	-	-	-	-	-
f) Consulta	-	-	-	-	-	-	-	-
g) Regime Diferenciado de Contratações Públicas	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Contratações Diretas (h+i)	13.763.896,00	6,0	28.925.937,74	13,0	13.763.896,00	6,0	28.925.937,74	13,0
h) Dispensa	13.762.837,70	6,0	28.925.937,74	13,0	13.762.837,70	6,0	28.925.937,74	13,0
i) Inexigibilidade	1.058,30	0,0	-	-	1.058,30	0,0	-	-
3. Regime de Execução Especial								
j) Suprimento de Fundos	-	-	-	-	-	-	-	-
4. Pagamento de Pessoal (k+l)								
k) Pagamento em Folha	-	-	-	-	-	-	-	-
l) Diárias	-	-	-	-	-	-	-	-
5. Total das Despesas acima (1+2+3+4)	1.541.176,14	0,7	517.317,85	0,2	1.541.176,14	0,7	517.317,85	0,2
6. Total das Despesas da UPC	229.587.198,38	100	221.807.271,57	100	229.586.297,49	100	221.731.112,36	100

Fonte: Tesouro Gerencial

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

DESPESAS CORRENTES								
Grupos de Despesa	Empenhada		Liquidada		RP não processados		Valores Pagos	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016
1. Despesas de Pessoal								
Nome do elemento de despesa								
Demais elementos do grupo								
2. Juros e Encargos da Dívida								
Nome do elemento de despesa								
Demais elementos do grupo								
3. Outras Despesas Correntes								
30 – Material de consumo	6.338,55		6.338,55				6.338,55	
35 – Serviço de Consultoria	12.892.305,88	11.919.708,94	7.688.357,96	10.198.742,06	5.203.947,92	1.720.966,88	7.688.357,96	10.198.742,06
36 – Outros serviços de terceiros – PF	13.800,00	14.400,00	13.800,00	13.980,00		420,00	13.800,00	13.980,00
39 – Outros serviços de terceiros – PJ	465.048.727,01	315.233.899,36	220.351.325,73	211.591.211,66	244.697.401,28	103.642.687,70	220.350.424,84	211.515.052,45
47 – Obrigações Tributárias e Contributivas	2.340,00	2.880,00	2.340,00	1.956,00		924,00	2.340,00	1.956,00
92 – Despesas de exercícios anteriores	1.523.758,41		1.523.758,41				1.523.758,41	
93 – Indenizações e restituições	1.277,73	1.381,85	1.277,73	1.381,85			1.277,73	1.381,85
DESPESAS DE CAPITAL								
Grupos de Despesa	Empenhada		Liquidada		RP não Processados		Valores Pagos	
	20xx	20xx-1	20xx	20xx-1	20xx	20xx-1	20xx	20xx-1
4. Investimentos								
5. Inversões Financeiras								
6. Amortização da Dívida								

Fonte: Tesouro Gerencial

No quadro acima, a discrepância entre os exercícios, no Grupo de Despesa “39 – Outros serviços de terceiros PJ”, ocorreu devido à suplementação da ação 2017 – Comunicação Institucional, conforme já mencionado anteriormente.

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

As atividades de correição relacionadas à apuração de ilícitos disciplinares no âmbito dos órgãos integrantes da Presidência da República, incluindo suas entidades vinculadas, e da Vice-Presidência da República, são de iniciativa originária das respectivas autoridades administrativas nos termos do art. 143 da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990.

Nesse sentido, em consulta ao sistema CGU-PAD, verifica-se que a Secretaria de Comunicação Social, no exercício de 2017, não instaurou qualquer procedimento apuratório.

De forma semelhante, compete à Corregedoria, órgão integrante da estrutura da Secretaria de Controle Interno da Secretaria-Geral da Presidência da República, a instauração, a condução e o acompanhamento de procedimentos correccionais, com base na competência insculpida no artigo 26, §3º, da Portaria Ciset nº 60, publicada no DOU de 22 de novembro de 2017.

O referido dispositivo legal refere-se à prerrogativa desta Ciset em atuar como autoridade instauradora de procedimentos disciplinares, em substituição à autoridade com competência originária, quando configurados os pressupostos que demandem tal atuação, consoante se destaca a seguir:

Art. 26. Compete ao Corregedor, sem prejuízo da competência do Secretário de Controle Interno, instaurar ou requisitar a instauração, de ofício ou a partir de representações e denúncias, de procedimentos disciplinares e revisá-los, quando necessário.

§ 1º A instauração de procedimentos disciplinares, sem prejuízo da competência originária das demais autoridades administrativas, poderá ocorrer, notadamente, nos seguintes casos, em infrações de natureza grave:

I - complexidade, relevância da matéria e expressividade do valor do dano ao patrimônio público;

II - envolvimento de autoridades ocupantes de cargos DAS 101.4 ou 102.4, ou superior, ou de outros cargos de direção, chefia ou assessoramento equivalentes ou superiores; e

III - envolvimento de servidores ou empregados públicos de mais de uma unidade jurisdicionada.

§ 2º O Corregedor poderá, a qualquer tempo, propor a avocação de procedimentos disciplinares.

§ 3º Quando os acusados ocuparem, à época dos fatos ou da decisão, cargos de natureza DAS 101.5 ou 102.5, ou superior, ou outros cargos de direção, chefia ou assessoramento equivalentes ou superior, a decisão quanto à instauração de procedimentos disciplinares será de competência do Secretário de Controle Interno.

Nesse seguimento, na esfera de sua competência prevista no art. 26, §1º, incisos I, II e III, da mencionada Portaria nº 60/2017, o Secretário de Controle Interno instaurou dois procedimentos apuratórios, concernentes a irregularidades ocorridas no âmbito da Secom no exercício de 2016, com curso no exercício de 2017, conforme quadro abaixo:

Tabela 11 – Procedimentos Apuratórios – Secom

Nº PROCESSO	OBJETO	FASE
00010.001164/2016-19 PAD	Denúncia veiculada na mídia, acerca de suposto esquema de fraudes em licitações.	Encaminhado para Julgamento
00010.001303/2016-04 Sindicância Investigativa	Irregularidades apontadas no Relatório de Auditoria Especial nº 04/2013, bem como no Relatório de Demandas Externas nº 00190.003455/2013-10, que trata de exames realizados na execução de contrato de publicidade.	Instrução

Fonte: Ciset/PR

3.1.1 Utilização do Sistema de Gestão de Processos Disciplinares – CGU-PAD

Acerca do referido sistema, que visa registrar as informações sobre os processos disciplinares, salienta-se que a Portaria CGU nº 1.043, de 24 de julho de 2007, estabeleceu a obrigatoriedade de seu uso no âmbito dos órgãos e entidades que compõem o Sistema de Correição do Poder Executivo Federal.

No âmbito da Secretaria de Comunicação Social, em consulta ao Sistema CGU-PAD, verifica-se que os dados e informações do Processo Administrativo Disciplinar nº 00010.001164/2016-19 e da Sindicância Investigativa nº 00010.001303/2016-04 encontram-se atualizados no referido sistema.

3.2 Gestão de Riscos e Controles Internos

Com o intuito de atender ao Art. nº 17 da Instrução Normativa Conjunta do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão e da Controladoria-Geral da União – MP/CGU nº 01, de 10 de maio de 2016, bem como da Instrução Normativa nº 5, de 25 de maio de 2017, do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, foram desenvolvidas e aprovadas, por

meio das Portarias nº 129 e 130, de 21 de agosto de 2017, a Política e a Metodologia de Gestão de Riscos da Secom.

Com isso, a Gestão de Riscos passou a ser incorporada aos trabalhos de mapeamento e modelagem de processos, em curso na Secretaria.

As atividades de Controles Internos, no âmbito da Secom, cabem à Ciset/PR.

4 ÁREAS ESPECIAIS DE GESTÃO

4.1 Gestão de Pessoas

Por força do Decreto nº 9.038, de 26 de abril de 2017, a competência de supervisionar e executar as atividades administrativas de pessoal, orçamentário-financeira, operacional, contábil e patrimonial da Presidência da República, 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.

Os dados de pessoal foram extraídos do Sistema Integrado de Administração de Recursos Humanos – SIAPE e o trabalho de confecção dos quadros de Gestão de Pessoas foi executado procurando-se seguir as orientações emanadas pelo TCU. A extração dos dados foi realizada no dia 24 de janeiro de 2018. Os filtros utilizados tiveram como referência o dia 31 de dezembro de 2017. Ocorrências e alterações retroativas lançadas após esta data podem gerar distorções na informação prestada.

Para a confecção do quadro de despesa de pessoal, fez-se a extração em dois blocos: de janeiro a junho de 2017, utilizaram as Uorgs da Secom/Casa Civil, e de julho a dezembro de 2017, foram selecionadas as Uorgs da Secom/Secretaria-Geral.

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	152	30	17
1.1. Membros de poder e agentes políticos	1	1	0	0
1.2. Servidores de Carreira (1.2.1+1.2.2+1.2.3+1.2.4)	0	151	30	17
1.2.1. Servidores de carreira vinculada ao órgão	0	1	0	0
1.2.2. Servidores de carreira em exercício descentralizado	0	1	0	0
1.2.3. Servidores de carreira em exercício provisório	0	1	0	0

1.2.4. Servidores requisitados de outros órgãos e esferas	0	148	30	17
2. Servidores com Contratos Temporários	0	0	0	0
3. Servidores sem Vínculo com a Administração Pública	0	69	12	9
4. Total de Servidores (1+2+3)	1	221	42	26

Fonte: Sistema Integrado de Administração de Recursos Humanos – SIAPE *Consta da lotação autorizada apenas o cargo de Natureza Especial do Secretário Especial, uma vez que a SECOM/SG/PR não dispõem de quadro próprio de pessoal.

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)	24	127
1.1. Servidores de Carreira (1.2.1+1.2.2+1.2.3+1.2.4)	24	127
1.1.2. Servidores de carreira vinculada ao órgão	0	1
1.1.3. Servidores de carreira em exercício descentralizado	0	1
1.1.4. Servidores de carreira em exercício provisório	1	0
1.1.5. Servidores requisitados de outros órgãos e esferas	23	125
2. Servidores com Contratos Temporários	0	0
3. Servidores sem Vínculo com a Administração Pública	8	61
4. Total de Servidores (1+2+3)*	32	188

Fonte: SIAPE *Incluiu-se na área meio Departamento de Gestão da Secretaria de Gestão e Controle da Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria-Geral. *Exclui o segmento Membro de poder e agente político, por essa razão o total na SECOM, nessa distribuição, é de 220 servidores.

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	148	19	16
1.1. Cargos Natureza Especial	1	1	0	0
1.2. Grupo Direção e Assessoramento Superior*	151	147	19	16
1.2.1. Servidores de Carreira Vinculada ao Órgão	0	0	0	0
1.2.2. Servidores de Carreira em Exercício Descentralizado	0	0	0	0
1.2.3. Servidores de Outros Órgãos e Esferas	0	78	7	7
1.2.4. Sem Vínculo	0	61	10	9
1.2.5. Aposentados	0	8	2	0
2. Funções Gratificadas	76	68	18	8
2.1. Servidores de Carreira Vinculada ao Órgão	0	1	0	0
2.2. Servidores de Carreira em Exercício Descentralizado	0	0	0	0
2.3. Servidores de Outros órgãos e Esferas	0	67	18	8
3. Total de Servidores em Cargo e em Função (1+2)	228	216	37	24

Fonte: PES *No Grupo de Direção e Assessoramento Superior estão presentes os servidores ocupantes de DAS e de FCPE. Há cinco servidores sem função na SECOM (221-5 = 216).

4.1.2 Demonstrativo das Despesas com Pessoal

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

Tipologias	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	189.954,96	0,00	7.914,79	5.276,52	2.748,00	0,00	0,00	0,00	0,00	205.894,27
Servidores de carreira vinculados ao órgão da unidade	32.552,10	0,00	75.542,65	2.669,00	7.741,32	0,00	0,00	0,00	0,00	118.505,07
Servidores de carreira SEM VÍNCULO com o órgão da unidade	0,00	3.939.089,21	1.285.481,34	149.109,48	81.506,47	19.989,22	0,00	974,95	0,00	5.476.150,67
Servidores SEM VÍNCULO com a administração pública (exceto temporários)	6.219.383,66	62.328,84	789.284,35	166.416,14	702.259,02	64.809,19	0,00	781,11	0,00	8.005.262,31
Servidores cedidos com ônus	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Servidores com contrato temporário	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fonte: Siape

4.1.3 Contratação de estagiários

Quadro A.4.1.3 Composição do quadro de estagiários da Secom

Nível de escolaridade	Quantitativo de contratos de estágio (mês com maior número de estagiários)				Despesa no exercício
	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	
					-
1. Nível superior	7	7	6	6	-
1.1 Área Fim	7	7	6	6	R\$ 45.732,89
1.2 Área Meio	-	-	-	-	-
2. Total*	7	7	6	6	R\$ 45.732,89

Fonte: SIAPE * A despesa com estagiários refere-se aos gastos com a concessão da bolsa de estágio, do auxílio-transporte estimado e da taxa de administração paga ao agente de integração, no período de janeiro a dezembro de 2017, no âmbito da SECOM/CC e SECOM/SG.

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

A Secom, 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 públicos ou privados que desenvolveram experiências inovadoras e casos de sucesso na área de comunicação social, 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 contratados consultores, na modalidade produto, para identificar boas práticas e experiências bem sucedidas em comunicação governamental, realizar estudos sobre os casos de sucesso de comunicação social que possam ser aplicáveis aos programas e políticas públicas do Governo Federal. Nessa primeira etapa de contratação foram contempladas as áreas de pesquisa de opinião, patrocínio, publicidade, comunicação digital, comunicação integrada e imprensa.

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.

Em 2017, foram contratados dois consultores com foco em boas práticas na comunicação governamental em sites e redes sociais. Também foi realizado processo de concorrência para contratação de empresas especializadas em mapeamento de competências, definição de trilhas de capacitação, bem como proposição de estrutura base para as Assessorias de Comunicação da Administração Direta. Tal processo alcançou a fase de avaliação de propostas técnicas, porém as

licitantes interessadas apresentaram requisitos técnicos aquém daqueles definidos pela Secom, não sendo possível, dessa forma, realizar a efetiva contratação.

Em outra frente, teve início o processo de contratação de consultoria especializada para proposição de metodologia de avaliação de preços de produção publicitária e de comunicação digital, com previsão de conclusão em 2018.

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

Tabela 12 – Despesas Contratação de Consultores Unesco

Linha Orçamentária	Valor Alocado	Valor Comprometido	%	Realizados I	Realizados II	Realizados III	Total Realizados	%	Comprometidos e Não Realizados	Disponível para Compromissos	%
	A	B	B/A	2015	2016	2017	C = I +II+III	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	553.534,15	25,75	2.433,70	294.016,41	257.084,04	553.534,15	100,00	-	1.596.465,85	74,25
3. TREINAMENTOS	180.300,00	8.770,54	4,86			8.770,54	8.770,54	-	-	171.529,46	95,14
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	562.304,69	21,09	2.439,25	294.010,86	265.854,58	562.304,69	100,00	-	2.103.746,42	78,91
6. CUSTO DE GESTÃO	133.302,56	28.115,23	21,09	121,96	14.700,54	13.292,73	28.115,23	100,00	-	105.187,32	78,91
TOTAL	2.799.353,67	590.419,92	21,09	2.561,21	308.711,40	279.147,31	590.419,92	100,00	-	2.208.933,74	78,91

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”, cabem a Diretoria de Gestão de Pessoas – DIGEP, da Secretaria de Administração da Secretaria-Geral, cuja manifestação, transcreve-se:

“Ressalte-se, preliminarmente, que os órgãos integrantes da Presidência da República, não possuem quadro próprio de pessoal, ressalvadas a Secretaria Nacional Políticas para Mulheres da Secretaria de Governo, a Imprensa Nacional e a Secretaria Especial de Agricultura Familiar e Desenvolvimento Agrário da Casa Civil, além da Agência Brasileira de Inteligência do Gabinete de Segurança Institucional.

A força de trabalho dos órgãos integrantes da PR é constituída por servidores requisitados/cedidos de vários órgãos e entidades da administração pública federal, estadual ou municipal, além do Distrito Federal.

Neste sentido, o principal risco de gestão de pessoas na Presidência da República é a formação do seu quadro de pessoal, uma vez que há uma interdependência com a força de trabalho dos demais órgãos e entidades da administração pública.

Considerando que o capital intelectual é o intangível mais valioso da organização, o atual formato da composição da força de trabalho da Presidência da República permite uma alta rotatividade que dificulta o estabelecimento de uma cultura organizacional voltada para resultados. Isso porque, a troca frequente de servidores gera a perda do conhecimento produzido, afetando, ainda que temporariamente, a eficiência da organização e tornando necessários recorrentes investimentos de tempo e de recursos na integração e aprendizado do novo servidor.

Além disso, a publicação do Acórdão nº 3195/2016-Plenário TCU e do Decreto nº 9.144/2017, que dispôs sobre a sobre as cessões e as requisições de pessoal em que a administração pública federal seja parte, ensejou mais desafio para a composição qualificada da força de trabalho da PR. O referido Decreto, ao estabelecer limites para o reembolso remuneratório e para ocupação de cargo de comissionados por servidores e empregados de empresas estatais e órgãos/entidades estaduais e municipais, restringiu o rol de possibilidades de ingresso dos servidores para a PR ao mesmo que tempo em que reforçou a qualificação profissional.

Como forma de minimizar os fatores negativos dessa realidade, a área de gestão de pessoas da PR estruturou sua gestão estratégica em projetos prioritários, alinhada aos anseios institucionais. O objetivo é fortalecer os processos de gestão de pessoas, de forma a contribuir para a gestão estratégica organizacional.

Assim, de 2017 a 2023, a área de gestão de pessoas está organizada para realizar iniciativas voltadas ao aperfeiçoamentos dos processos de trabalho, incluindo o de Ingresso e Desligamento de Servidor; à estruturação do processo Recrutamento e Seleção por competências, com a divulgação de processos seletivos para o ingresso de servidores efetivos regidos pela Lei nº 8.112/1990; à gestão do conhecimento, com a criação do Repositório de Conhecimento e o inventário de conhecimento; à qualificação profissional, como o Banco de Talentos e as Trilhas de Aprendizagem; e ao estudo do quadro de pessoal para as áreas que atuam na gestão administrativa.

O principal desafio é a expansão do modelo de gestão por competência, observadas as especificidades e diversas atribuições da PR, permitindo que o quadro de servidores seja composto por profissionais que possuam conhecimentos técnicos a respeito de matérias específicas, além de um conjunto de habilidades e atitudes compatíveis com as respectivas atribuições.”

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 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 de Governança Digital – CGD 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 e possibilitar a avaliação das mesmas. Permite a gestão do workflow, das ações e das reuniões do Comitê de Patrocínio. Em 2017 o projeto foi integrado ao GestaoSecom, foi criado o módulo Patrocínio que irá absorver, paulatinamente, todas as rotinas. Foi desenvolvido o módulo de planejamento de patrocínio.

- SisacGer – Sistema de informações gerenciais do Sisac

Função: permitir o acesso pela Secom a informações gerenciais referentes às ações de patrocínio. Desenvolvido em plataforma *ScriptCase*.

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

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. Em 2017 foi iniciado processo para migrar o mesmo para o PHP 7 e para a plataforma “Laravel”, iniciando a análise e desenvolvimento pelo módulo de entrada.

- 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 2017 foi criada a possibilidade da Secom informar também o seu PAC.

- 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 2017 foram melhorados os dados específicos de mídia exterior, mídia exterior digital, internet, *tablets*, *mobile*, televisão. Foi implementada a possibilidade de informar a cobertura, a possibilidade de vincular uma rádio a uma rede de rádios, foi melhorado o fluxo de forma a reduzir retrabalho.

- MidiacadGer – Módulo gerencial do Midiacad

Função: implementado em 2015, permite o acesso da Secom a informações gerenciais referentes ao cadastro de veículos de comunicação e divulgação. Em 2017 os relatórios foram alterados para contemplar as novas informações disponibilizadas no Cadastro de Mídia.

- Mídiaweb – 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 das ações propostas quanto a critérios técnicos de mídia estabelecidos em instruções normativas da Secretaria. O sistema integra a plataforma GestaoSecom. Em 2017, foram implementadas várias

melhorias tais como a melhoria do cálculo de desconto de agência e a previsão anual de investimento de todo o SICOM.

- **MidiawebGer – Módulo gerencial do Midiaweb**

Função: implementado em 2015, permite o acesso da Secom a informações gerenciais da aprovação das propostas de ações de mídia encaminhadas pelos órgãos do Sicom via Midiaweb. Em 2017, foram criados relatórios para dar sustentação à informação da previsão anual de investimento e outros dados.

- **Secomweb – Sistema de gestão da contratação da publicidade da Secom**

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 2017, foi concluída toda a gestão dos atos gerados eletronicamente dentro do sistema, foi incluído o tempo na peça vinculada na nota fiscal, foi melhorado todo o processo de compensação de forma a permitir tanto um fluxo mais robusto quanto a justificativa das agências, com remoção do parecer do núcleo. Foi desenvolvida e implementada a possibilidade de autorizar serviços em lote.

- **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.

- **Sistema de Controle Orçamentário**

Função: controlar os contratos e valores lançados em todos os contratos de serviços de comunicação firmados pela Secom, suas vigências, empresas contratadas/agências e empenhos. Será utilizado por todos os sistemas que controlem contratos no âmbito da Secretaria. Faz parte da plataforma GestaoSecom. Em 2017, foi melhorada a gestão de moedas no controle orçamentário.

- **Sistema de Liquidação**

Função: permite o controle centralizado de toda a liquidação e pagamentos de contratos da Secom. Em 2017, foi melhorado o processo de pagamento de notas fiscais em outras moedas, foi implementado o pagamento parcelado em conjunto com o SEC – Sistema de execução contratual.

- **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 2017, foi implantada a gestão de atos administrativos no sistema.

- 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 disponibilidade de execução junto ao contrato Serpro. Em 2017 foi definida a plataforma “Laravel” para dar sustentação ao projeto, foi iniciada toda a especificação da parte de demandas, seleção de agências e informação de estimativa de custos.

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

Assim como em 2016, a publicação da “Mensagem ao Congresso Nacional 2017” 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, como doação das lonas utilizadas para sinalização do evento de “7 de Setembro” para instituições de caridade que confeccionam bolsa, sacolas e mochilas com o material, favorecendo a atuação de organizações do terceiros setor.

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/SG/PR 299 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 13 – Lei de Acesso à Informação

Situação resposta	Quantidade	%	SECOM	GP
Acesso concedido				
Resposta solicitada inserida no e-Sic	134	44,8	91	43
Orientação de como encontrar a informação solicitada na Internet ou em publicações existentes	35	11,7	21	14
Informações enviadas pelo e-mail	5	1,7	5	0

Acesso parcialmente concedido				
Parte da informação é de competência de outro órgão/entidade	2	0,7	0	2
Parte da informação é classificada com sigilosa conforme a Lei 12.527/2011	1	0,3	1	0
Acesso negado				
Dados pessoais	2	0,7	0	2
Dados sigilosos	2	0,7	1	1
Dados sigilosos legislação específica	1	0,3	0	1
Pedido desproporcional ou desarrazoado	5	1,7	0	5
Pedido genérico	9	3,0	0	9
Processo decisório em curso	3	1,0	0	3
Incompreensível	4	1,3	2	2
Demais				
Não é pedido de informação LAI	19	6,4	2	17
Pergunta duplicada	12	4,0	5	7
Informação inexistente	7	2,3	3	4
Devolvido / competência de outro órgão	58	19,4	52	6
TOTAL:	299	100	183	116

Fonte: Secom/SG/PR

O canal “Fale com a Secom”, disponibilizado ao cidadão para encaminhamento de reclamações, denúncias, sugestões, pedidos, críticas, agradecimentos e elogios, recebeu o total de 630 mensagens, tendo sido respondidas, no tempo médio de sete dias úteis, 623.

5.2 Carta de Serviço ao Cidadão

A Secom 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), 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 de mídia, Comitê de Negociação, Cadastro de Veículos de Comunicação; e
- Publicidade – Campanhas publicitárias, Marca de governo, Orientações e Modelo de Edital.

Também é possível conhecer informações institucionais, 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, 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 possui ainda canal de comunicação direto com o cidadão, disponível no site www.secom.gov.br, denominado "Fale com a Secom", cuja estatística consta do item “Canais de acesso ao cidadão”.

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 à UPC. O assunto é de gestão da Secretaria de Administração da Secretaria-Geral da Presidência da República.

6.2 Sistemática de apuração de custos no âmbito da unidade

As informações são de competência da Diretoria de Planejamento, Orçamento, Finanças e Contabilidade – DIROF, da Secretaria de Administração da Secretaria-Geral, cuja manifestação transcreve-se:

“Em 09 de março de 2011, a STN publicou, 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 existência do SIC atende ao artigo 50, § 3º, da Lei Complementar nº 101, de 04 de maio de 2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal), 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.

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 Coordenação-Geral de Contabilidade e Custos – CCONT, passou a elaborar os relatórios e acompanhar mensalmente os 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 desses relatórios visa ao 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 Presidência da República.

No ano de 2017 a Secretaria do Tesouro Nacional – STN lançou o Portal de Custos do Governo Federal, que tem como propósito contribuir para a mensuração, controle e avaliação de custos na Administração Pública Federal. Esse portal tem como fonte de dados o SIC, que consome dados oriundos dos sistemas estruturantes SIAPE, SIORG e SIAFI. A qualidade dos dados nos sistemas estruturantes é um fator fundamental para a transparência e gestão da informação. A Secretaria de Administração tem trabalhado na validação dos dados do Portal de Custos, uma vez que é preciso realizar as associações entre os dados contidos em cada um dos sistemas estruturantes para que os custos divulgados estejam corretos e reflitam a realidade do Órgão.

Em 26 de abril de 2017, foi publicado o Decreto nº 9.038, que aprovou as estruturas Regimentais e os Quadros Demonstrativos dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança da Secretaria de Governo e da Secretaria-Geral da Presidência da República, remaneja cargos em comissão e funções de confiança e substitui cargos em comissão do Grupo-Direção e Assessoramento Superiores - DAS por Funções Comissionadas do Poder Executivo – FCPE.

Em seu art.8, definiu:

“Art. 8º À Diretoria de Planejamento, Orçamento, Finanças e Contabilidade compete:

I - planejar, coordenar, supervisionar, elaborar e executar as atividades relacionadas aos sistemas federais de planejamento e de orçamento, de administração financeira, de contabilidade e de custos, no âmbito da Presidência da República;”

Nesse sentido, a Coordenação-Geral de Contabilidade e Custos – CCONT, assumiu a competência de planejar, coordenar, orientar e exercer as atividades relacionadas a Custos, no âmbito da Presidência da República, e vem elaborando estudos para a mensuração dos custos, facilitando assim a geração de informações para subsidiar decisões governamentais que conduzam à alocação mais eficiente do gasto público.”

6.3 Demonstrações contábeis exigidas pela Lei nº 4.320/64 e notas explicativas

As demonstrações contábeis exigidas pela Lei nº 4.320/64 estão disponíveis nos Anexos de XVII a XXII.

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 se encontram 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 7.197/2012 1ª 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 3.680/2014 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 2.623/2016 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
Acórdão 2.158/2017 TCU-Plenário	Recomendar à SECOM que: 9.3.1 faça constar nos modelos de editais e nas orientações dirigidas aos órgãos e entidades por ocasião da elaboração de seus editais que: 9.3.1.1: nem todos os percentuais de valoração das propostas precisam ser previstos e que deve se adotar valores compatíveis com o tipo de serviço a ser contratado; 9.3.1.2 possibilite dispensar os custos internos conforme Normas-Padrão, sendo sua adoção a exceção; 9.3.2 regulamente o art. 5º da Lei 12.232/2010 estabelecendo critérios para escolha do tipo da licitação 9.3.3 disponibilize modelos de editais para licitações do tipo "técnica e preço".	Pendente

Com vistas ao atendimento do disposto no Acórdão nº 7.197/2012, a Secom realizou, dentro do Projeto de Cooperação Técnica “Capacitação para o Aprimoramento da Comunicação Governamental”, firmado junto à Unesco, processo de concorrência para contratação de empresas especializadas em mapeamento de competências, definição de trilhas de capacitação, bem como proposição de estrutura base para as Assessorias de Comunicação da Administração Direta – Ascoms. Tal processo alcançou a fase de avaliação de propostas técnicas, porém as

licitantes interessadas apresentaram requisitos técnicos aquém daqueles definidos pela Secom, não sendo possível, dessa forma, realizar a efetiva contratação. Como alternativa, a Secom iniciou tratativas com a Universidade Federal do Pará em 2017, com o intuito de desenvolver o referido projeto ainda em 2018, considerando benchmarking positivo sobre a atuação da Universidade em, mais de 20 órgãos da Administração Pública federal, como a Controladoria-Geral da União – CGU, Receita Federal do Brasil – RFB e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA.

Em cumprimento à determinação constante do Acórdão nº 3680/2014, mantido pelo Acórdão 10.953/2015 e pelo Acórdão nº 5197/2016, todos da 2ª Câmara-TCU, e ao Despacho Decisório nº 3/2017 do Secretário Especial de Comunicação Social, a Secom em 30.06.2017 instaurou Processo de Tomada de Contas Especial por meio da Portaria nº 117/2017, sob Processo nº 00170.002151/2017-05, para a restituição dos valores pagos indevidamente à Laujar Empresa Jornalística S.C Ltda.

Decorrido os procedimentos, realizadas todas as medidas no âmbito administrativo para a caracterização e extinção do dano e cumpridas as normas pertinentes à instauração e ao desenvolvimento do TCE, o processo foi encaminhado ao Tribunal de Contas da União para julgamento nos termos do art. 71, II da Constituição Federal.

Com relação à determinação constante do item 1.8 do Acórdão nº 2.623/2016-TCU-plenário, ressalta-se que esta Secretaria encaminhou ao TCU o seu Plano Anual de Comunicação 2017 – PAC 2017, aprovado pela Portaria SECOM nº 74/2017. Cabe informar que os referidos documentos também foram encaminhados à Secretaria de Controle Interno da Presidência da República. Assim, esta Secretaria aguarda manifestação da Corte de Contas sobre o cumprimento da determinação.

Ainda sobre o teor do Acórdão nº 2.623/2016-TCU-Plenário e sobre a recomendação constante no item 1.9.1, informamos que: i) a partir de 2015 os veículos do meio internet passaram a fazer parte das negociações de mídia, com sete veículos participantes; ii) no ano de 2016 pôde-se observar um crescimento com a inclusão de sites verticais e de veículos *offline* que já negociavam junto ao Comitê, totalizando 58 veículos; iii) no ano 2017 a Secom atingiu o número de 84 veículos; e iv) a Secom vem trabalhando para a realização de estudos com o objetivo de incluir novos veículos e segmentos a fim de manter a ampliação do Cadastro de Mídia. Vale ressaltar que estas informações foram encaminhadas ao TCU em março de 2017.

No que diz respeito à adoção de medidas com vistas a atender às recomendações constantes dos itens 9.3.1 a 9.3.3, do Acórdão nº 2.158/2017 – TCU-Plenário, a Secom atualizou, em 2017, a Instrução Normativa nº 04/2010, e conseqüentemente o modelo de edital, de modo a alinhar o texto normativo com os dispositivos legais relativos à matéria e, assim, proporcionar melhor entendimento e aplicabilidade do conteúdo aos integrantes do SICOM.

Desta forma, a fim de atender de maneira completa as recomendações do órgão de controle externo, a Secom elaborou minuta de normativo com o objetivo de estabelecer critérios de escolha de licitação para contratação de serviços de publicidade do tipo “técnica e preço” e,

ainda, modelo de edital para este fim. Cumprindo os procedimentos administrativos necessários, os assuntos foram submetidos à apreciação da Subchefia para Assuntos Jurídicos – SAJ/PR que recomendou a unificação do conteúdo dos normativos, por tratarem de assuntos intrinsecamente relacionados à contratação de serviços de publicidade e, por ainda, não ter sido publicado normativo em substituição a IN nº 04/2010. Assim, no sentido de viabilizar o término dos trabalhos iniciados, a SECOM, em fevereiro de 2018, solicitou ao TCU novo prazo, junho de 2018, para o cumprimento integral e implementação das recomendações dispostas no Acórdão nº 2.158/2017.

Resumo das Determinações/Recomendações – Ciset/PR

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

Relatório	Resumo das Determinações/ Recomendações – CISET/PR	Situação
Relatório de Auditoria Especial nº 4/2013 (OS Nº 437/2012)	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.	Pendente
	Adote as medidas administrativas possíveis para reparação dos valores indevidamente pagos ao Grupo Lujar. 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.	Pendente
	Fazer gestões junto aos órgãos e entidades descentralizados para que apresentem as prestações de contas ou justifiquem formalmente a não apresentação.	Acatada
	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.	Acatada
	Exigir do órgão ou entidade descentralizada 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.	Acatada
	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.	Acatada

Das deliberações realizadas pelo órgão de controle interno abordadas no Relatório de Auditoria Especial nº 4/2013 (OS Nº 437/2012), duas, que ainda encontram-se “Pendentes” 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 contratadas à época, ficando configurado dano ao erário. Assim, em 30.06.2017, por meio da Portaria nº 117 publicada no Diário Oficial da União de 01.07.2017, foi instaurado Processo de Tomada de Contas Especial-TCE, sob Processo nº 00170.002151/2017-05, para a restituição dos valores pagos indevidamente à Lujar Empresa Jornalística S.C Ltda, no sentido de fazer cumprir os Acórdãos nº 3680/2014, nº 10.953/2015 e nº 5197/2016, todos da 2ª

Câmara-TCU, e em cumprimento ao Despacho Decisório nº 3/2017 do Secretário Especial de Comunicação Social.

Tomadas todas as medidas no âmbito administrativo para a caracterização e extinção do dano e cumpridas as normas pertinentes à instauração e ao desenvolvimento do TCE, o processo foi encaminhado ao Tribunal de Contas da União para julgamento nos termos do art. 71, II da Constituição Federal, onde encontra-se até a presente data.

As deliberações sobre formalização e prestação de contas dos Termos de Execução Descentralizadas de Crédito, descritas no Relatório de 2017 como “Pendente”, foram acatadas pelo órgão de controle interno diante da atuação de gestão da Secom junto aos órgãos descentralizados, para que estes adotassem medidas para a prestação de contas, submissão das ações à Secom por meio de sistemas disponibilizados e monitoramento destas. Diante das ações, o controle interno manifestou-se: “Resta claro que, as melhorias já estão implementadas e foram comprovadas, por documentos. Entretanto, a verificação da utilização desses procedimento/atividades de controle, bem como sua efetividade, serão avaliadas por esta Secretaria de Controle Interno, em futuras ações de controle.”.

No que diz respeito à elaboração e formalização de manual para os Termos de Execução Descentralizada – TED, a Secretaria de Controle Interno manifestou-se da seguinte forma, a fim de justificar o acatamento das providências realizadas pela Secom: “Entendemos que a Unidade cumpriu a recomendação emitida pela Ciset/PR ao disciplinar internamente, por meio de Manual, a execução descentralizada por meio de TED das ações de publicidade. Ressalta-se que permanecem pendentes questões jurídicas a serem dirimidas pela Advocacia Geral da União - AGU, conforme mencionado pela SECOM/PR no Processo n.º 00170.000120/2017-10, disponível no SEI (Sistema Eletrônico de Informações) e que deverão ser atualizadas no referido Manual”.

A forma utilizada pela Secom 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, nos quais são efetuadas consultas diárias com o objetivo de identificar se existem pendências para posterior distribuição às áreas competentes.

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 nº 7.197/2012

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
012.615/2010-2	7.197/2012 1ª Câmara	1.8	OFÍCIO Nº 1405/2012-TCU/SECEX-6, de 12.12.2012	02/01/2013
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				

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 da Secretaria de Governo da Presidência da República – SA/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 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 prestados pela consultoria Instituto Publix para o desenvolvimento da Gestão Pública (Contrato nº 04/2015).

A partir dos serviços contratados, foi possível mapear, 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”.

O 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 à SECOM-PR, propiciará o conhecimento sistematizado da complexidade dos trabalhos efetuados 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 é o órgão central, para o pleno exercício das atividades de comunicação social do Governo Federal. Nesse sentido, foi realizado processo de concorrência para contratação de empresas especializadas em mapeamento de competências, definição de trilhas de capacitação, bem como proposição de estrutura base para as Assessorias de Comunicação da Administração Direta. Tal processo alcançou a fase de avaliação de propostas técnicas, porém as licitantes interessadas apresentaram requisitos técnicos aquém daqueles definidos pela Secom, não sendo possível, dessa forma, realizar a efetiva contratação.

Com vistas a desenvolver o trabalho, a Secom iniciou tratativas com a Universidade Federal do Pará em 2017, considerando benchmarking positivo sobre a atuação da Universidade em, mais de 20 órgãos da Administração

Pública federal, como a Controladoria-Geral da União – CGU, Receita Federal do Brasil – RFB e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, com o intuito de desenvolver o projeto de mapeamento de competências, definição de trilhas de capacitação e proposição de estrutura básica para as Ascoms ainda em 2018, levando em consideração que a Secom é o órgão central do Sicom e por isso tem também como objetivo emanar boas práticas no âmbito da comunicação de governo.

Quadro A.7.1.1 (2) – Acórdão nº 3.680/2014

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
006.888/2013-5	3.680/2014 - 2ª Câmara	9.2	Aviso nº 708 – GP/TCU, de 31.07.2014	22/10/2014
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				
Secretaria Especial Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República – SECOM/SG/PR Secretaria de Gestão e Controle – SGC				
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				
Finalizado o Processo Administrativo e devidamente instaurado e formalizado no âmbito da Secretaria Especial de Comunicação Social - Secom, o Processo de Tomada de Contas Especial – TCE, para, nos termos do art. 2º da IN/TCU nº 71, de 28 de novembro de 2012, apurar responsabilidade por ocorrência de prejuízo à administração pública federal, quantificação do dano, identificação dos responsáveis, e obtenção do respectivo ressarcimento, em decorrência do recebimento de valores indevidos pelas agências de publicidade, conforme Acórdãos nº 3680/2014, 10953/2015 e 5197/2016, da 2ª Câmara.				
Após tomadas todas as medidas no âmbito administrativo para a caracterização e extinção do dano e cumpridas as normas pertinentes à instauração e ao desenvolvimento do TCE, o processo foi encaminhado ao Tribunal de Contas da União para julgamento nos termos do art. 71, II da Constituição Federal.				

Quadro A.7.1.1 (3A) – Acórdão nº 2.623/2016

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
015.942/2016-3	Acórdão 2623/2016 - Plenário	1.8	Ofício 0238/2016-TCU/SecexAdministração, de 03/06/2016	07/06/2016
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão e Controle - SGC				
Descrição da determinação/recomendação				
Determinar à Secom que elabore Planos Anuais de Comunicação.				
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas				
A SECOM em 23.02.2017, por meio da Portaria-SECOM nº 74, elaborou e aprovou o seu Plano Anual de Comunicação - PAC 2017 que, foi encaminhado ao Tribunal de Contas da União em 09.03.2017, por meio do Ofício 15/2017/DENOR/SGC/SECOM/CC-PR em atendimento à determinação e em cumprimento ao disposto no art. 6º, inciso V, c/c arts. 4º e 7º, inciso III, todos do Decreto nº 6.555/2008.				

A SECOM aguarda posicionamento do órgão de controle externo sobre o cumprimento da determinação.

Quadro A.7.1.1 (3B) – Acórdão nº 2.623/2016

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
015.942/2016-3	Acórdão 2623/2016 - Plenário	1.9.1	Ofício 0238/2016-TCU/SecexAdministração, de 03/06/2016	07/06/2016
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão e Controle - SGC				
Descrição da determinação/recomendação				
Recomendar ao Comitê de Negociação de Mídia que amplie o rol de veículos do meio internet;				
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas				
<p>Sobre a recomendação constante no item 1.9.1, informamos que:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) a partir de 2015 os veículos do meio internet passaram a fazer parte das negociações de mídia, com 7 veículos participantes; ii) no ano de 2016 pôde-se observar um crescimento com a inclusão de sites verticais e de veículos offline que já negociavam junto ao Comitê, totalizando 58 veículos; iii) no ano 2017 a Secom atingiu o número de 84 veículos; e iv) a Secom vem trabalhando para a realização de estudos com o objetivo de incluir novos veículos e segmentos a fim de manter a ampliação do Cadastro de Mídia. Vale ressaltar que estas informações foram encaminhadas ao Tribunal de Contas da União em março/2017. <p>A SECOM aguarda posicionamento do órgão de controle externo sobre o cumprimento da determinação.</p>				

Quadro A.7.1.1 (4) – Acórdão nº 2.158/2017

Caracterização da determinação/recomendação do TCU				
Processo	Acórdão	Item	Comunicação expedida	Data da ciência
036.745/2016-2	Acórdão 2158/2017-TCU- Plenário	9.3.1 a 9.3.3	Ofício 1717/2017-TCU/Selog 03/06/2016	18/10/2017
Órgão/entidade/subunidade destinatária da determinação/recomendação				
Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM/PR Secretaria de Gestão e Controle - SGC				
Descrição da determinação/recomendação				
<p>Recomendar SECOM que:</p> <p>9.3.1 faça constar nos modelos de editais e nas orientações dirigidas aos órgãos e entidades por ocasião da elaboração de seus editais que:</p> <p>9.3.1.1: nem todos os percentuais de valoração das propostas precisam ser previstos e que deve se adotar valores compatíveis com o tipo de serviço a ser contratado;</p> <p>9.3.1.2 possibilite dispensar os custos internos conforme Normas-Padrão, sendo sua adoção a exceção;</p> <p>9.3.2 regulamente o art. 5º da Lei 12.232/2010 estabelecendo critérios para escolha do tipo da licitação</p> <p>9.3.3 disponibilize modelos de editais para licitações do tipo "técnica e preço".</p>				
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas				
<p>No que diz respeito à adoção de medidas com vistas a atender às recomendações constantes dos itens 9.3.1 a 9.3.3 do Acórdão nº 2158/2017 - TCU-Plenário, a Secom em 2017 atualizou a Instrução Normativa nº 04/2010, e conseqüentemente o modelo de edital, de modo a alinhar o texto normativo com os dispositivos legais relativos à matéria e, assim, proporcionar melhor entendimento e aplicabilidade do conteúdo aos integrantes do SICOM.</p> <p>Desta forma, a fim de atender de maneira completa as recomendações do órgão de controle externo, a Secom elaborou minuta de normativo com o objetivo de estabelecer critérios de escolha de licitação para contratação de serviços de publicidade do tipo "técnica e preço" e, ainda, modelo de edital para este fim. Cumprindo os procedimentos administrativos necessários, os assuntos foram submetidos à apreciação da Subchefia para Assuntos Jurídicos-SAJ/PR que recomendou a unificação do conteúdo dos normativos, por tratarem de assuntos intrinsecamente relacionados à contratação de serviços de publicidade e, por ainda, não ter sido publicada, até a data da análise, normativo em substituição a IN 4/2010.</p>				

Assim, no sentido de viabilizar o término dos trabalhos iniciados, a SECOM, em fevereiro de 2018, solicitou ao Tribunal de Contas da União novo prazo, junho de 2018, para o cumprimento integral e implementação das recomendações dispostas no Acórdão nº 2158/2017.

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 04/2013 (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 Especial Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República – SECOM/SG/PR Secretaria de Gestão e Controle – SGC			
Descrição da determinação/recomendação			
<p>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.</p> <p>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.</p>			
Justificativa do não cumprimento e medidas adotadas			
<p>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:</p> <p>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 ao 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			

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: *“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 Acórdão 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, cabe ressaltar que o escopo do trabalho da atividade policial é o da análise de crimes contra a administração pública, 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.

Em 30.06.2017 a SECOM instaurou Processo de Tomada de Contas Especial por meio da Portaria nº 117/2017, sob Processo nº 00170.002151/2017-05, para a restituição dos valores pagos indevidamente à Laujar Empresa Jornalística S.C Ltda., em cumprimento à determinação constante do Acórdão nº 3680/2014, mantido pelo Acórdão 10.953/2015 e pelo Acórdão nº 5197/2016, todos da 2ª Câmara-TCU, e ao Despacho Decisório nº 3/2017 do Secretário Especial de Comunicação Social.

Decorrido os procedimentos, realizadas todas as medidas no âmbito administrativo para a caracterização e extinção do dano e cumpridas as normas pertinentes à instauração e ao desenvolvimento do TCE, o processo foi encaminhado ao Tribunal de Contas da União para julgamento nos termos do art. 71, II da Constituição Federal.

8 Outras informações relevantes

8.1 Ações relevantes por Macroprocesso Finalístico

A Secom 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:

8.1.1 Macroprocesso – Gestão do Sicom

8.1.1.1 Patrocínios

Em 2017, Secom 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 2.142 propostas de patrocínio com o investimento de R\$ 1,2 bilhão.

Na Tabela a seguir estão segmentados os projetos de patrocínio realizados pelo Sicom:

Tabela 14 – Propostas de Patrocínio (R\$ Milhões)

Áreas	2013		2014		2015		2016		2017		TOTAL	
	Ações	Valor	Ações	Valor	Ações	Valor	Ações	Valor	Ações	Valor	Ações	Valor
Cultura	1.588	455,8	1.250	373,9	1.101	320,9	774	262,6	779	270,4	5.492	1.683,7
Esporte	286	874,6	319	513,8	214	228,2	180	543,1	182	524,7	1.181	2.684,4
Social	519	540,9	301	109,3	172	55,7	50	3,1	53	26,1	1.095	735,2
Eventos	1.559	147,2	1.670	277,7	935	129,8	675	65,9	785	85,6	5.624	706,2
Meio Ambiente	153	224,1	57	40,4	22	3,7	21	1,5	51	74,7	304	344,2
Total	4.105	2.242,5	3.597	1.315,1	2.444	738,4	1.700	876,3	1.850	981,6	13.696	6.153,8

Fonte: Sisac em 20/01/2018.

Do total efetivamente realizado, R\$ 981,6 milhões, 53,4% correspondeu à área de Esporte e 27,5% de Cultura, com destaque para os patrocínios aos projetos esportivos “Comitê Paralímpico Brasileiro 2017 a 2020” e “Caixa Atletismo 2017 a 2020”, da Caixa.

Foram realizadas 24 reuniões ordinárias e uma extraordinária do Comitê de Patrocínios, que contribuíram para análise técnica das propostas de patrocínios, aplicabilidade de normativos e disseminação de boas práticas entre os integrantes do Sicom.

As iniciativas patrocinadas, pelos órgãos e instituições integrantes do SICOM, foram protagonistas em divulgar algumas políticas públicas do Governo Federal, como: Campanha de Combate ao Aedes (dengue, zika e chikungunya) e Campanha Doação de Órgãos. E ainda, a de criar a consciência de valorizar a diversidade étnica e cultural, bem como o respeito à igualdade, questões raciais e de gênero, além de promover a acessibilidade de pessoas com necessidades especiais e da importância de se respeitar as diversas orientações sexuais, de modo a convivermos harmoniosamente em sociedade.

Várias atividades que visam a responsabilidade socioambiental foram contempladas nas ações de patrocínio tais como: campanhas de utilidade pública (mosquito da dengue, doação de órgãos) e preservação do meio ambiente (descarte consciente, coleta seletiva).

8.1.1.2 Sistemas

Atualmente a Secom utiliza quatro sistemas de gestão e controle das ações de divulgação e de patrocínio do Sicom: Sistema de Disponibilização de Referências – Siref2, Sistema de Controle de Acompanhamento das Ações de Patrocínio – Sisac, Cadastro de Veículos – Midiacad e Sistema de Gestão de Ações de Mídia – 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 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 nº 2.062/2006, 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 nº 12.232, dentre elas a inclusão do cadastro de fornecedores.

A efetiva implantação do sistema ocorreu em janeiro de 2011. Em janeiro de 2016, a Secom definiu “Modelo de Especificação Técnica” com a finalidade de preservar a qualidade da base de dados do sistema. Atualmente, a Secom avalia os dados de produção, podendo inserir pendências para correção dos eventuais erros. Em 2016, foram verificadas 2.238 ações, sendo registradas pendências em 27% dos casos.

Em 2017 foram verificadas aproximadamente 2.700 ações, sendo registradas pendências em aproximadamente 22% dos casos. Neste mesmo ano, foram abertas diversas demandas de TI relacionadas a novas funções e melhoria de navegação. Além disso, após a realização de benchmarking com 11 instituições, entre Órgãos, Empresas públicas, Empresas privadas e Produtoras de filme, optou-se por viabilizar a atualização do modelo de aprovação de custo publicitário. Tal medida culminou no Termo de Referência JOF 0434/2017, realizado dentro do escopo do Projeto de Cooperação Técnica “Capacitação para o Aprimoramento da Comunicação Governamental”, firmado junto à Unesco, para contratação de consultoria técnica especializada em Administração Pública, de modo a realizar diagnóstico sobre as atuais metodologias e bases de referência utilizadas na análise de preços de produção publicitária pelos órgãos e entidades que compõem o Sicom, com proposição de melhorias e implantação do resultado obtido.

Sisac – Teve a sua primeira versão implementada em maio de 2005, com os propósitos de registrar, supervisionar, controlar e coordenar as Ações de Patrocínio das entidades do Sicom. É a

ferramenta utilizada para o envio de informações referentes aos projetos de patrocínio a serem contratados.

Entre as muitas modernizações e aprimoramentos do Sisac, são disponibilizados o Planejamento Anual das Ações de Patrocínio com as respectivas vinculações nas Políticas e/ou Normas e/ou Diretrizes das entidades patrocinadoras e os processos para Avaliações dos patrocínios realizados.

E ainda, com vista a formatar e padronizar a dinâmica do processo de análise das ações de patrocínio, foi implementado, em 2017, um roteiro com questões básicas para facilitar os entendimentos das informações que as qualificam.

MidiaCad – 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 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, 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 Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel no MidiaCad.

Em 2017, observa-se a consolidação do uso do MidiaCad como forma de integração do mercado publicitário nacional, representados pelos veículos de comunicação, agências de publicidade e anunciantes do Governo Federal, ratificando os atributos mencionados e os benefícios de unificação das informações cadastrais e negociais para a execução publicitária dos órgãos e entidades do Sicom.

Midiaweb – O sistema permite submissão das ações de mídia para avaliação da Secom, em cumprimento à IN nº 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 outubro de 2017 foi implementada a função Previsão Anual de Investimento – PAI, atendendo ao disposto no Decreto nº 9.038/2017, Art. 33, parágrafo IV, permitindo que os

órgãos/entidades informem o planejamento dos investimentos destinados à mídia para as ações de divulgação, cujo detalhamento permite à Secom a geração de informações gerenciais sobre a atuação publicitária do Sicom.

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. Durante o ano de 2017 os órgãos/entidades do Sicom submeteram um total de 1.242 ações no Sistema Midiaweb para análise da Secom, implementando um crescimento em torno de 14,15 % em relação ao volume de 2017.

8.1.1.3 Cadastramento de Veículos de Comunicação: Qualificação e Controle

A Secom, 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.

Como medida de manutenção e qualificação dos dados cadastrais do meio Jornal, em 2017, 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.

No meio Rádio, prosseguiu-se com as exigências para cadastramento de veículos no MidiaCad e validação anual das informações cadastrais e negociais,. Em razão da implementação do Sistema Mosaico da Anatel, na qual o Midicad efetua consultas automáticas para obtenção de informações do processo de outorga e licenciamento, exigiu da Secom adequação e testes de consistência e reclassificação dos estágios de outorga e licenciamento dos veículos já cadastrados, e por conseguinte, a revisão de todo cadastro de Rádio com relação aos estágios do Sistema Mosaico.

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, deu-se continuidade para 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.

Para o meio Internet, as novas solicitações de cadastramento de veículos, principalmente aqueles com agregados tecnológicos e distribuição da publicidade por perfil de público (comportamento do usuário na Internet), tais como, redes de conteúdo e de vídeo, fez com que fosse necessário maior compreensão do modo de atuação no meio e o estabelecimento de definições mais claras sobre as exigências cadastrais para finalização do cadastro no MidiaCad. Com relação à quantidade de veículos cadastrados, no ano de 2017 verificou-se um aumento de 5,21% quando comparado ao volume do ano anterior, conforme detalhado a seguir:

Tabela 15 – Veículos cadastrados no MidiaCad

Meio	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Rádio	3.704	3.035	3.081	3.134	3.243	3.373
Jornal	2.758	2.730	2.791	2.817	2.867	2.897
Tv	512	655	773	852	908	1.065
Revista	877	1.339	1.587	1.728	1.822	1.868
Internet	1.081	1.162	1.542	1.810	1.846	1.967
Outros	-	742	1.013	1.173	1.509	1.695
Total	8.932	9.663	10.787	11.514	12.195	12.865

Fonte: Secom – MidiaCad

8.1.1.4 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 anunciante 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, negociou com os 34 maiores grupos de comunicação do País dos meios TV, Revista, Rádio, Jornal e Internet, o que representa mais de 340 veículos de comunicação e divulgação com negociação fechada para uso por todo Sicom.

Para o meio Internet buscou-se ampliar a participação de grupos/veículos com negociações realizadas pelo Comitê, tendo como critério de seleção os veículos com mais de 1% de participação de investimento da verba autorizada em 2017 para o meio Internet. Entre os veículos selecionados constam Spider, Samba Ads, Cazamba, Vevo e Teads, além dos sites de notícias regionais.

8.1.1.5 Ações de articulação

A Subsecretaria de Articulação e Pesquisa de Opinião mantém relacionamento e acompanhamento sistemático e proativo com as Assessorias de Comunicação Social (Ascom) do Sicom, buscando, maximizar a divulgação das realizações do governo federal por meio da integração da comunicação entre os órgãos participantes.

Objetivos específicos:

- Manter permanente interlocução com as assessorias de comunicação do governo federal;
- Assegurar informações atualizadas sobre ações dos diversos ministérios/órgãos;
- 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;
- Potencializar a otimização de recursos e canais próprios de comunicação.

A identificação de oportunidades junto aos órgãos do Sicom 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.

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
- Estratégico – unificação de ações de comunicação, mapeamento de pautas estratégicas, identificação de projetos especiais de comunicação referentes a temas transversais e elaboração do balanço com as ações estratégicas de governo e os resultados alcançados.

Em 2017, esse trabalho resultou no levantamento e consolidação dos principais destaques e oportunidades das agendas e ações do Governo Federal para compartilhamento interno e diário:

- Agenda semanal de governo - Foram produzidas e encaminhadas 53 agendas, documento de pauta com os principais eventos do governo federal.
- Diário de governo – Informativo diário com a agenda dos ministérios. Foram produzidos e encaminhados 200 diários.
- Compartilhamento de conteúdos específicos – Foram compartilhados 5.575 releases e avisos de pauta, entre outros.
- Radar de Imprensa – Foram produzidos e encaminhados 205 radares com demandas de

imprensa mais importantes recebidas/atendidas pelos ministérios.

Na frente de trabalho estratégico, são apurados os temas e políticas prioritárias de cada ministério, identificadas oportunidades de ações de comunicação, estruturado o calendário anual com as principais datas de governo, efemérides, eventos internacionais e perspectivas para os próximos 12 meses. Também são elaborados e executados os planos integrados de comunicação. 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, elaborados planos de comunicação integrada e, feito o acompanhamento da execução das ações de comunicação planejadas.

Os briefings e planos de comunicação 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.

Em 2017, a Subsecretaria realizou 41 projetos especiais, dos quais destacamos:

- Reforma da Previdência;
- Integração e revitalização do Rio São Francisco;
- Fórum de Investimento Brasil;
- Satélite Geoestacionário de Defesa e Comunicações Estratégicas – SGDC;
- Modernização Trabalhista;
- Projeto Avançar;
- Brasil Eficiente;
- Balanço de governo – foram produzidas e divulgadas duas edições. Uma em maio, sobre Um Ano de Governo e outra em dezembro;
- Licitações de blocos exploratórios de petróleo e gás natural e leilão para exploração de petróleo e gás natural; e
- Campanha combate ao mosquito *Aedes aegypti*.

Como resultado, foi possível ampliar a visibilidade e a efetividade das ações; elaborar planos de comunicação e estratégias específicas; minimizar ruídos gerados pela falta de alinhamento entre as ações e os órgãos; responder à imprensa com maior agilidade e abrir espaços para que porta-vozes qualificados do governo apresentem trabalhos e/ou resultados da atuação do governo federal.

8.1.2 Macroprocesso – Gestão da Publicidade

8.1.2.1 Mídia – Campanhas Publicitárias

A Secom executou 30 campanhas publicitárias com investimentos em mídia durante 2017. Ao todo foram programados 4.297 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 a campanha de divulgação da Reforma da Previdência e a Campanha de divulgação da Nova Lei Trabalhista, ambas como objetivo de levar para a população brasileira esclarecimentos sobre as propostas de reformulação para dois grandes temas priorizados pelo Governo federal na gestão atual.

8.1.2.2 Análise de Planos de Mídia e Mídia Técnica

Em 2017, a Secom 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 1.242 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 Nº 7, de 19 de dezembro de 2014.

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

Tabela 16 – Volume de ações submetidas à Secom

Ano	Número de Ações Submetidas	
	Mídia	Conteúdo
2012	1.787	3.491
2013	1.417	3.489
2014	1.472	2.596
2015	1.359	2.494
2016	1.088	2.771
2017	1.068	752

Fonte: Secom – Operaweb (2012 a 2016), Midiaweb e Siref2

8.1.2.3 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 2017, foram gerados 19 filmes de campanhas publicitárias de utilidade pública, conforme tabela abaixo.

Os seguintes veículos exibiram gratuitamente as peças de publicidade da Secom e/ou Sicom em sua programação: Rede Globo de Televisão; Sistema Brasileiro de Televisão; Rede Bandeirantes

de Televisão; RecordTV; 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.

Tabela 17 – Veiculação de Mídia Gratuita

Órgãos/Anunciantes	Campanhas
Secretaria Especial de Comunicação Social	Dia Internacional das Mulheres 2017
Secretaria Especial de Comunicação Social	LGBT 2017
Secretaria Especial de Comunicação Social	Brasil Novo é Melhor/Reforma da Previdência
Secretaria Especial de Comunicação Social	Campanha do Imposto de Renda
Secretaria Especial de Comunicação Social	Proteger/Proteção dos Direitos da Criança e Adolescente
Secretaria Especial de Comunicação Social	Respeitar/Proteção dos Direitos da Criança e Adolescente
Ministério da Saúde	Hora de Lembrar/Campanha Nacional Doação de Órgãos
Ministério da Defesa	Alistamento Militar 02 05/Campanha de Seleção para o Serviço Militar
Ministério da Defesa	Campanha Risco Baloeiro
Comando do Exército	Campanha Dia do Soldado
Comando do Exército	Concurso de Admissão na Escola de Sargento das Armas (ESA)
Comando do Exército	Concurso de Admissão na Escola Preparatória de Cadetes (EsPECEX)
Comando do Exército	Concurso de Admissão ao Instituto Militar de Engenharia (IME)
Comando da Aeronáutica	Dimensão 2
Comando da Aeronáutica	Concurso ITA Vestibular
Comando da Marinha	Campanha Dia do Marinheiro
Comando da Marinha	Aniversário da Batalha Naval do Riachuelo
Comando da Marinha	Operação Verão 2017

Fonte: Secom

8.1.2.4 Eventos Institucionais

O Departamento de Eventos – DEVEN tem como uma de suas atribuições “zelar pela imagem do Presidente da República e do Governo Federal”, e materializa tal atribuição por meio da realização ou do acompanhamento de eventos institucionais que deram visibilidade aos programas e ações do Governo e promoveram importantes debates acerca das reformas estruturais que visam garantir a sustentabilidade econômica do país. Além disso, o Departamento tem a responsabilidade de orientar, analisar e aprovar todos os materiais de comunicação referentes aos eventos na agenda presidencial, além de agir na consolidação e disseminação de diretrizes de comunicação do Governo, desenvolvendo, implementando e propondo soluções de comunicação.

O Departamento de Eventos também atuou com protagonismo nos eventos da agenda presidencial em Brasília, de maneira presencial, e no restante do país de maneira remota, uma vez que a Secom participou ativamente de reuniões preparatórias de eventos, contribuindo de maneira proativa para a formatação das cerimônias e solenidades governamentais.

A partir do fim de 2017, com o lançamento do “Programa Avançar”, o Departamento de Eventos passou a acompanhar o Ministro-Chefe da Secretaria Geral da Presidência da República em suas viagens de monitoramento e entrega de obras, trabalhando no fortalecimento da imagem

institucional do Programa, com soluções de comunicação para exposição de sua marca e identidade visual.

8.1.3 Macroprocesso - Gestão do Relacionamento com a Imprensa

8.1.3.1 Secretaria de Imprensa

A Secretaria de Imprensa 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.

8.1.3.1.1 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.

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 (aproximadamente 50 acompanham diariamente a Presidência da República).

A Secom potencializou o fornecimento diário de informações à mídia nacional, ampliando as formas de 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 disso, distribuiu 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 janeiro a dezembro de 2017, foram organizados e coordenados eventos em Brasília e no exterior (em parceria com o Departamento de Relações com a Imprensa Internacional). Em Brasília, foram realizados 358 eventos, conforme tabela abaixo:

Tabela 18 – Imprensa Nacional – Eventos

Local	Evento	Viagem	Anúncios	Coletivas	Quebra-Queixos	Entrevistas Exclusivas
Brasília	208	6	3	41	98	14

Fonte: Secom

Todas as demandas apresentadas pelos profissionais de imprensa, seja por telefone, e-mail ou mensagens telefônicas, foram respondidas segundo coleta de dados com os diversos

departamentos do Palácio, Ministérios, Secretarias ou assessores diretos do presidente da República, em um total de 10.933 atendimentos realizados ao longo de 2017.

A equipe do DENAC acompanha todas as audiências realizadas pelo Presidente da República no Palácio do Planalto, prestando auxílio direto na coordenação de fotos, filmagens e acesso da imprensa, assim como da disponibilização de fotos e filmagens feitos pela imprensa oficial para divulgação na mídia e prestando informações pertinentes a cada uma das agendas realizadas.

Aos profissionais de imprensa, que apresentam demandas pessoalmente na Secretaria de Imprensa, foi destinado um tratamento ágil, objetivo e dinâmico, com acesso a todo o 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, bem como com ministérios, órgãos e autarquias federais, sempre que necessário.

8.1.3.1.2 Departamento de Relações com a Imprensa Regional

O Departamento de Relações com a Imprensa Regional – DREG atua prioritariamente em quatro frentes:

- gerenciamento e produção de entrevistas do presidente da República para veículos da imprensa regional;
- preparação das viagens presidenciais no País, prestando assessoria e coordenando a estrutura para atendimento aos profissionais da imprensa local;
- apoio aos ministérios na divulgação dos programas e políticas prioritárias do Governo Federal; e
- gestão do contrato firmado com a EBC para transmissão de acontecimentos e divulgação de notícias 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 no âmbito das ações federais de governo.

8.1.3.1.2.1 Agendas e Ações Presidenciais

Escalões Avançados de Viagens (ESCAVs) – Ainda no intuito de aproximar-se do cidadão e atender às demandas regionais, o presidente da República realizou 53 viagens em 2017, que abrangeram todas as regiões do país e, em todas as agendas, o Departamento de Relações com a Imprensa Regional participou das preparações e acompanhou a comitiva presidencial. Nesse contexto, foram produzidas pelo Departamento o total de 21 entrevistas, que foram concedidas pelo presidente da República em diferentes localidades.

Entrevistas presidenciais – Foram concedidas outras 15 entrevistas para rádios e emissoras de televisão de todo o país, descritos na tabela a seguir. Cabe ainda ressaltar que ações desta

natureza visam estreitar a relação do Governo Federal com veículos de imprensa regional, além de ser uma forma de reverter demandas historicamente reprimidas em cada região do país.

Tabela 19 – Entrevistas Presidenciais

Data	Veículo	Programa/Entrevistador
09/01	Rádio Guaíba	-
29/01	Shalom TV	-
06/04	Bandnews FM	José Luiz Datena
17/04	JovemPan FM	Jornal da Manhã
02/05	TV SBT	Ratinho
15/05	Rádios Regionais – TV NBR	-
13/09	Rádio Tocantins e Pará	Gravado e divulgado para rádios da região
21/11	Rádios região Norte	Gravado e divulgado para rádios da região
20/12	BandNews FM	Reinaldo Azevedo
26/12	Voz do Brasil - Balanço de 2017	Saque FGTS
27/12	Voz do Brasil - Balanço de 2017	Minha Casa Minha Vida
28/12	Voz do Brasil - Balanço de 2017	Unidades de Pronto Atendimento – UPA
29/12	Voz do Brasil - Balanço de 2017	Microempreendedor individual
02/12	Voz do Brasil - Balanço de 2017	Economia e Reforma da Previdência
26/12	Rádio São José dos Campos	LOGOS FM

Fonte: Secom

Artigos presidenciais - Foram produzidos e divulgados, no ano de 2017, o total de 14 artigos assinados pelo presidente da República sobre diferentes temas, entre eles, desenvolvimento econômico, geração de empregos no país, recursos hídricos, reforma da Previdência, PIS/Pasep, etc. Abaixo segue lista dos títulos de cada publicação. Os artigos foram publicados em jornais impressos de todas as capitais brasileiras.

Tabela 20 – Artigos Presidenciais

Data	Título
16/01	No caminho certo
2/02	Trilhos do desenvolvimento
16/03	Água para o Nordeste
23/03	O emprego voltou
17/04	Reforma é justiça social
10/05	E o Brasil mudou
03/07	Brasil não pode parar
10/08	Mato Grosso: motor da recuperação brasileira
18/08	Ponte para o desenvolvimento
29/08	Mais R\$ 16 bi para crescer o país
14/09	Ponte para o desenvolvimento
17/09	Foco no que interessa ao Brasil
17/09	Gestão e Investimentos
02/10	Brasil com viés de alta

Fonte: Secom

8.1.3.1.2.2 Demais Produtos

Divulgação Regional – Em 2017, além das ações de comunicação relacionadas exclusivamente à Presidência da República, o Departamento de Relações com a Imprensa Regional trabalhou de forma integrada, em apoio às assessorias de comunicação social de órgãos federais, sobretudo dos ministérios, para reforçar discursos e posicionamentos do Governo Federal diante da opinião pública. 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. Entre as ações de comunicação integrada, que totalizam 130 divulgações, destacam-se:

Tabela 21 – Divulgações Regionais

Data	Temática/ Ação/ Título	Região de publicação
05/01	SEGURANÇA PÚBLICA: ÁUDIO - Temer anuncia construção de presídios no País e novos recursos para segurança pública	Nacional
09/01	SAÚDE: ÁUDIO - Ações pela saúde estão no centro das prioridades do governo	Nacional
11/01	ECONOMIA: ÁUDIO - Inflação registra queda acima do esperado	Nacional
18/01	ECONOMIA: ÁUDIO - Menos burocracia e mais crédito para micro e pequenas empresas	Nacional
19/01	AGRONEGÓCIO: ÁUDIO – “Incentivo ao agronegócio gera desenvolvimento para o País”, diz Temer	Nacional
19/01	ECONOMIA: ÁUDIO – Temer garante saque integral de contas inativas do FGTS	Nacional
30/01	INTERNACIONAL: MDIC disponibiliza ferramenta interativa de acesso aos dados de comércio exterior dos municípios	Nacional
30/01	RECURSOS HÍDRICOS: ÁUDIO – “O maior símbolo da integração nacional é a Transposição”, diz Temer	Nacional
06/02	SEGURANÇA PÚBLICA: ÁUDIO - Governo autoriza envio da Força Nacional e das Forças Armadas ao Espírito Santo	Nacional
06/02	HABITAÇÃO: ÁUDIO - Temer anuncia ampliação do Programa Minha Casa Minha Vida para este ano	Nacional
07/02	INFRAESTRUTURA: ÁUDIO - Temer autoriza repasse de mais de R\$ 190 milhões para retomada de obras em Sergipe	Sergipe
08/02	EDUCAÇÃO: ÁUDIO - Presidente Temer anuncia liberação de R\$ 465 milhões para merenda escolar	Nacional
14/02	SEGURANÇA PÚBLICA: ÁUDIO - Forças Armadas terão 9 mil homens em operação de Garantia da Lei e da Ordem na região metropolitana do Rio	Nacional
14/02	ECONOMIA: ÁUDIO – Temer anuncia calendário de pagamentos das contas inativas do FGTS	Nacional
15/02	AGRONEGÓCIO: ÁUDIO – Governo federal libera 200 mil toneladas de milho para pequenos criadores do Nordeste	Nordeste
16/02	EDUCAÇÃO: ÁUDIO – Governo federal sanciona Lei do novo ensino médio	Nacional
20/02	AGRONEGÓCIO: ÁUDIO – Temer defende modernização para alavancar agronegócio e economia	Nacional
15/03	RECURSOS HÍDRICOS – ÁUDIO: Governo federal investe mais de R\$ 55 milhões para abastecimento de água no DF	Distrito Federal
16/03	ECONOMIA: ÁUDIO - País registra recuperação de postos de trabalho após 22 meses de queda	Nacional
24/03	HABITAÇÃO: ÁUDIO - Temer anuncia novas regras do programa Minha Casa, Minha Vida	Nacional
28/03	LEGISLAÇÃO: ÁUDIO - Temer sanciona lei e moderniza normas para concessão de rádios e TV	Nacional
03/05	SEGURANÇA PÚBLICA: ÁUDIO - Presidente Temer autoriza reforço da Força Nacional no Rio de Janeiro	Nacional
11/05	ECONOMIA: NOTA - Caixa inicia pagamento das contas inativas do FGTS para nascidos em junho, julho e agosto	Nacional
12/05	ECONOMIA: ÁUDIO - Temer e ministros fazem balanço dos principais avanços do País em um ano de governo	Nacional
15/05	COMUNICAÇÃO: ÁUDIO - Temer conversa com emissoras de rádio das cinco regiões do País	Nacional
16/05	ECONOMIA: ÁUDIO - Temer anuncia parcelamento das dívidas de municípios com o INSS	Nacional
31/05	AGRONEGÓCIO: ÁUDIO – Governo garante R\$ 30 bilhões para a agricultura familiar	Nacional
01/06	ECONOMIA: NOTA - Resultado do PIB no primeiro trimestre de 2017	Nacional
01/06	ECONOMIA: NOTA - Medidas econômicas do governo influenciam alta histórica do PIB brasileiro	Nacional
05/06	ECONOMIA: NOTA - Governo reafirma compromissos internacionais com o Acordo de Paris	Nacional
07/06	AGRONEGÓCIO: NOTA: Governo investe mais de R\$ 190 bilhões em financiamento para agricultura brasileira	Nacional

26/06	LEGISLAÇÃO: NOTA - Temer sanciona lei que permite diferenciar preços a partir da forma de pagamento	Nacional
28/06	INTERNACIONAL: NOTA - Portal Único de Comércio Exterior passa a valer para exportações feitas nos modais marítimo e rodoviário	Nacional
28/06	ECONOMIA: NOTA - Governo propõe crédito suplementar de R\$ 102,4 milhões para regularizar emissão de passaporte	Nacional
29/06	SEGURANÇA PÚBLICA: NOTA - Governo federal autoriza apoio da Força Nacional às operações da PF na fronteira do Paraná	Paraná
29/06	ECONOMIA: NOTA - Estatais registram lucro de R\$ 10,48 bilhões no primeiro trimestre	Nacional
06/07	EDUCAÇÃO: NOTA - Qualidade do ensino é caminho para reduzir desigualdade, diz Temer	Nacional
07/07	ECONOMIA: NOTA - Receita libera consulta ao 2º lote de restituição nesta segunda-feira (10)	Nacional
10/07	SAÚDE: NOTA - Ministério da Saúde libera R\$ 20 milhões para pesquisas em alimentação e nutrição	Nacional
10/07	EDUCAÇÃO: NOTA - MEC destina R\$ 393,3 milhões a programas de educação básica	Nacional
11/07	AGRONEGÓCIO: NOTA - Plano Safra 2017-2018: R\$ 103 bilhões em linhas de financiamento para agricultores	Nacional
11/07	HABITAÇÃO: NOTA - Governo possibilita regularização de terras para mais de 100 milhões de brasileiros	Nacional
12/07	INFRAESTRUTURA: NOTA - Governo federal estimula economia com mais de R\$ 11 bilhões para infraestrutura em municípios	Nacional
13/07	TRABALHO: NOTA - Temer defende avanços no país com aprovação da Reforma Trabalhista	Nacional
13/07	SAÚDE: NOTA - Governo federal anuncia 1,7 bilhão e amplia assistência básica pelo SUS	Nacional
17/07	TRABALHO: NOTA - Acre apresenta saldo positivo na criação de empregos em junho	Nacional
17/07	ECONOMIA: NOTA - FGTS de contas inativas diminui o endividamento das famílias e tem impacto direto na atividade econômica brasileira	Nacional
19/07	TRABALHO: NOTA - Salários de admissão sobem 3,52% no primeiro semestre	Nacional
19/07	TURISMO: NOTA - Oferta de hospedagem cresce 71% nas capitais brasileiras	Nacional
20/07	SAÚDE: NOTA - Saúde bucal do País recebe aporte de R\$ 344 milhões	Nacional
27/07	SEGURANÇA PÚBLICA: NOTA - Força Nacional de Segurança Pública ficará até 31 de dezembro no Amazonas	Amazonas
27/07	ECONOMIA: NOTA - Governo deve arrecadar R\$ 3,7 bilhões nas concessões dos aeroportos de Fortaleza, Salvador, Florianópolis e Porto Alegre	Ceará, Bahia, Santa Catarina e Rio Grande do Sul
31/07	SAÚDE: NOTA - Pará ganha reforço de R\$ 36 milhões para ampliar atendimento no SUS	Pará
31/07	SAÚDE: NOTA - Maranhão ganha reforço de R\$ 22,1 milhões para atendimento no SUS	Maranhão
04/08	SEGURANÇA PÚBLICA: NOTA - Forças Armadas atuarão nas eleições suplementares do Amazonas	Nacional
10/08	ECONOMIA: NOTA - Temer anuncia crédito de R\$ 7 bi FGTS ao trabalhador	Nacional
15/08	POLÍTICA: NOTA - Formação de prefeitos e gestores públicos será em agosto, em Goiás	Nacional
17/08	TRABALHO: NOTA - Desemprego cai em 11 das 27 unidades da federação	Nacional
23/08	ECONOMIA: NOTA - Temer beneficia micro, pequenas e médias empresas com Programa BNDES GIRO	Nacional
23/08	ECONOMIA: NOTA - Governo federal vai liberar saques de R\$ 16 bilhões do PIS Pasep para idosos	Nacional
19/09	EDUCAÇÃO: ÁUDIO – Ministério das Cidades comemora 20 anos do Código de Trânsito Brasileiro com material educativo para ser usado nas escolas de todo o País	Nacional
23/09	ECONOMIA: ÁUDIO - Temer afirma que taxa de juros pode fechar em 7% ao ano em 2017, o que significa mais crédito e mais produção	Nacional
24/09	NEGÓCIOS: ÁUDIO - “Novas rodadas de licitação de petróleo e gás vão atrair investimentos importantes para o Brasil”, diz Temer	Nacional
24/09	ECONOMIA: ÁUDIO - Segundo Temer, saques do PIS/Pasep devem injetar mais R\$ 16 bilhões na economia	Nacional
25/09	ECONOMIA: ÁUDIO - Temer destaca que taxa da inflação deve ficar abaixo de 3% em 2017	Nacional
25/09	ECONOMIA: ÁUDIO - Presidente Temer destaca que o PIB do País já é positivo e terá crescimento expressivo em 2018	Nacional
26/09	TRABALHO: NOTA - Caravana ID jovem volta ao estado do Maranhão e passa por seis	Maranhão

cidades		
09/10	SAÚDE: NOTA - Divulgação para vários estados sobre o envio de profissionais brasileiros do “Mais Médicos”	Nacional
10/10	EDUCAÇÃO: NOTA - MEC vai liberar R\$ 3,7 milhões para a construção de duas novas creches em Janaúba, em Minas	Minas Gerais
10/10	NEGÓCIOS: Áudio exclusivo - Os micro e pequenos empresários são os verdadeiros campeões do emprego no Brasil, afirma Michel Temer	Nacional
24/10	SEGURANÇA PÚBLICA: NOTA - Força de Intervenção Penitenciária ficará em Alcaçuz (RN) por mais 30 dias	Rio Grande do Norte
24/10	SAÚDE: NOTA - Ministério libera R\$ 6,1 mi para nefrologia de Praia Grande (SP)	São Paulo
27/10	MOBILIDADE: NOTA - Regulamentada penalidades a infrações de pedestres e ciclistas	Nacional
27/10	SAÚDE: NOTA - Verba para hospitais universitários de vários estados	Nacional
31/10	SAÚDE: NOTA – Governo investe na qualificação de equipes de saúde de vários estados	Nacional
01/11	SAÚDE: NOTA – Governo investe R\$ 6,9 milhões na rede de urgência e emergência de Minas Gerais	Minas Gerais
06/11	ECONOMIA: NOTA - Governo discute ações de fomento para Arranjos Produtivos Locais de todo o Brasil	Nacional
09/11	INFRAESTRUTURA: NOTA - “Agora, É Avançar” investe R\$ 150 milhões em 29 obras no estado do Acre	Acre
09/11	INFRAESTRUTURA: NOTA - Temer lança o “Agora, É Avançar”: Iniciativa do governo federal para a conclusão de obras até 2018	Nacional
10/11	INFRAESTRUTURA: NOTA - Governo Federal garante mais R\$ 8,7 milhões para o Cinturão das Águas do Ceará	Ceará
13/11	SEGURANÇA PÚBLICA: NOTA - Maior encontro de combate à corrupção do Brasil começa na próxima segunda (20)	Nacional
16/11	NEGÓCIOS: NOTA - Temer destaca recuperação da economia na abertura da Semana Global do Empreendedorismo	Nacional
16/11	DEFESA CIVIL: NOTA - São Paulo passa a receber alertas de desastres naturais via celular hoje (16)	São Paulo
23/11	ECONOMIA: NOTA - BB e Caixa antecipam terceira fase de saques do PIS/Pasep	Nacional
24/11	EDUCAÇÃO: NOTA - FIES terá R\$ 700 milhões a mais em 2018 para contratação de estudantes do Nordeste	Nordeste
27/11	INFRAESTRUTURA: NOTA - Governo federal repassa mais R\$ 24 milhões para o Cinturão das Águas do Ceará (CAC)	Ceará
5/12	ECONOMIA: Governo federal promove workshop “Melhoria do Ambiente de Negócios”, em Brasília	Distrito Federal
6/12	SOCIAL: Temer assina decreto de criação da Rede Brasil Mulher que vai promover igualdade entre gêneros	Nacional
7/12	SAÚDE: Combate ao mosquito - População do Amazonas deve ficar atenta aos focos do Aedes aegypti no lixo	Nacional
12/12	PREVIDÊNCIA: Temer diz que aprovação da reforma da Previdência é fundamental e que candidatos às eleições serão cobrados	Nacional
12/12	ECONOMIA: Temer diz que está fazendo tudo o que o Brasil precisa, mesmo à custa da impopularidade.	Nacional
13/12	PREVIDÊNCIA: Temer defende reforma da Previdência e autoriza R\$ 2 bi para prefeituras até fim de dezembro	Nacional
14/12	INFRAESTRUTURA: Governo Federal libera mais R\$ 68,2 milhões para obra hídrica em Pernambuco	Pernambuco
19/12	INFRAESTRUTURA: Aviso de Pauta - Entregas do Programa “Agora, é Avançar”	Nacional
19/12	INFRAESTRUTURA: Governo federal investe R\$ 212,4 milhões em melhorias de aeroportos regionais	Nacional
29/12	MEIO AMBIENTE: Acordo destinará mais de R\$ 30 milhões para recuperação da Mata Atlântica em Santa Catarina	Santa Catarina
29/12	INFRAESTRUTURA: Novos contratos destinam recursos do FGTS para saneamento de 4 estados	Rio Grande do Sul, Espírito Santo, Pernambuco e Goiás

Fonte: Secom

Programa Semana do Planalto – O Departamento produziu 47 edições do programa 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.

Síntese da Imprensa Regional – No último ano, o Departamento produziu e divulgou, internamente, a síntese das principais notícias regionais que impactam nas ações federais. No período, foram produzidas 251 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. Em 2017, foram enviadas cerca de 850 notas/alertas, com o objetivo de manter autoridades informadas a respeito das pautas de governo que são destaques na imprensa.

Notícias do Dia – Em 2017, foram enviadas 237 edições do informativo diário Notícias do Dia. O boletim, que reúne as informações mais relevantes do Governo Federal, é distribuído para veículos regionais de imprensa de todo o país.

Whatsapp Regional – Em novembro do último ano, o Departamento Regional criou mais uma ferramenta de comunicação para difundir informações relacionadas às atividades da Presidência da República e dos demais órgãos que integram o Governo Federal. Trata-se de um importante instrumento que direciona essas informações para os principais veículos da imprensa regional. Em 2017, foram contabilizadas 36 divulgações por meio do *whatsapp*.

8.1.3.1.2.3 Atendimento à Imprensa Regional – Consolidado

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

Tabela 22 – Ações Imprensa Regional – Consolidado

Produto	Quantidade
Escalões Avançados – nacionais e internacionais	53
Entrevistas técnicas em agendas externas	21
Entrevistas em Brasília	15
Programa Por Dentro do Governo	32
Divulgação Regional	130
Notícias do Dia	237
Programa Semana do Planalto	47
Síntese da Imprensa Regional	251
Alertas de Rádio	850
Whatsapp Regional	36
Atendimento à Imprensa	6.600
Planos de Comunicação	1

Fonte: Secom

8.1.3.1.2.4 Ações de Comunicação

Reforma da Previdência – Para reforçar o discurso de governo a respeito da reforma da Previdência e das medidas a serem adotadas com sua aprovação, em maio de 2017, o Departamento Regional trabalhou em ações pontuais de comunicação junto à imprensa regional. As entrevistas, em áudio e texto, foram disparadas para os veículos regionais que, por sua vez, difundiram as informações enviadas.

8.1.3.1.2.5 Divisão de Operação de Imprensa

Em 2017, 286 eventos contaram com a participação da equipe. Desse total, 157 contaram com a participação do presidente da República.

Foram 106 agendas em Brasília e 51 cerimônias nos estados. Além disso, foram contabilizadas ainda 129 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.

8.1.3.1.2.6 Divisão Operacional de Áudio

A Divisão de Áudio é responsável por preparar as condições técnicas de sonorização, gravação, reprodução, distribuição e transmissão necessárias à realização de atividades diversas da agenda do presidente da República, ministros e autoridades do governo em atividades no Palácio do Planalto e demais espaços presidenciais. Diante do exposto sobre as atividades e responsabilidades do Setor e Divisão de Áudio, mostramos os resultados dos trabalhos durante o ano de 2017. O setor integrou 53 viagens nacionais da agenda presidencial, realizou 54 reuniões com a participação do presidente da República no Palácio do Planalto, fez 268 gravações e edições de discursos, além de realizar 47 reuniões com diversas outras autoridades, atender 31 reuniões auxiliares para a Casa Civil e montar estrutura para a realização de 17 briefings para o porta-voz do presidente da República.

8.1.3.1.2.7 Credenciamento de Imprensa

A Divisão de Credenciamento é responsável por garantir chancela aos profissionais indicados por veículos de comunicação para acompanhamento das agendas presidenciais tanto no Palácio do Planalto, Palácio da Alvorada e Residência do Torto, quanto na cobertura de eventos em Brasília, fora da sede do governo e, ainda, na cobertura de eventos em viagens nacionais, de acordo com o disposto na Portaria nº 195, de 20 de dezembro de 2016 e na Norma X-409, de março de 2004. Em 2017, o setor aprimorou a comunicação com os profissionais de imprensa, utilizando o aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas para smartphones – WhatsApp - e mailing específico para a divulgação de informes sobre o credenciamento de imprensa para coberturas de eventos e viagens presidenciais em território nacional.

Foram adquiridos 150 pins para a Secretaria Especial de Comunicação Social, que teve por objetivo identificar e permitir o livre acesso dos servidores da SECOM nos eventos e viagens

presidenciais. Foi iniciado ainda o processo de licitação para a compra de duas impressoras de cartões para a emissão de credenciais de imprensa e respectivos suprimentos.

A Divisão também foi responsável pelo credenciamento em 39 eventos nacionais, com registro de participação de 1.973 profissionais de imprensa. Em Brasília realizou-se o credenciamento em 27 eventos, totalizando 830 profissionais credenciados. Foi registrada também a participação pontual de 19.036 profissionais em eventos no Palácio do Planalto. Emitiu-se a identificação fixa (credenciamento anual) para 1.167 profissionais de Brasília e 503 das 26 capitais federais, totalizando 1.670 credenciais.

8.1.3.1.3 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. Promove, ainda, a coordenação de imprensa nas viagens presidenciais ao exterior e nos eventos e audiências internacionais realizados no Brasil e no exterior, com a participação do presidente da República. Essa atuação demanda a apuração constante de informações junto à Assessoria Diplomática do Presidente e ao Ministério das Relações Exteriores, MRE, no Brasil e no exterior, assim como junto às chancelarias dos países visitados ou em visita ao Brasil.

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 do DEINT realizadas no decorrer de 2017.

Tabela 23 – Entrevistas à imprensa estrangeira no Brasil – Presidente da República

Data	Evento
16/01/2017	Entrevista exclusiva do Presidente da República à Reuters (Palácio do Planalto).
31/01/2017	Entrevista exclusiva do Presidente da República ao Financial Times (São Paulo).
07/02/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República, após almoço oferecido ao presidente da República Argentina, Mauricio Macri (Palácio Itamaraty).
04/03/2017	Entrevista exclusiva concedida pelo Presidente da República à revista The Economist (Palácio do Planalto).
04/04/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após a 4ª edição do Brasil Investment Forum (São Paulo).
04/04/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após visita à 11ª edição da Feira LAAD Defence & Security 2017 (Rio de Janeiro).
06/04/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após almoço em homenagem ao Rei e à Rainha da Suécia (Palácio Itamaraty).
20/04/2017	Entrevista exclusiva concedida pelo Presidente da República à Agência EFE (Palácio do Planalto).
20/04/2017	Entrevista exclusiva concedida pelo Presidente da República à TVE (TV espanhola) (Palácio do Planalto).
21/08/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após almoço oferecido ao presidente do Paraguai, Horacio Cartes (Palácio Itamaraty).
21/08/2017	Entrevista exclusiva concedida pelo Presidente da República à Televisão Central da China - CCTV (São Paulo).
12/12/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após almoço em homenagem ao senhor

Gjorge Ivanov, presidente da República da Macedônia (Palácio Itamaraty).

21/12/2017 Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após a LI Cúpula de Chefes de Estado do Mercosul e Estados Associados (Palácio Itamaraty).

Fonte: Secom

Tabela 24 – Entrevistas no Exterior – Presidente da República

Data	Evento
20/06/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após Seminário de Captação de Investimentos Russos no Brasil (Moscou).
20/06/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República na saída do Hotel Ritz-Carlton (Moscou).
21/06/2017	Entrevista exclusiva à Agência Tass (Moscou).
22/06/2017	Entrevista aos jornalistas Fernando Eichenberg, do jornal O Globo, e Jamil Chade, do jornal O Estado de São Paulo (Oslo).
23/06/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após encontro com o presidente do Parlamento da Noruega (Oslo).
07/07/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República na chegada ao Hotel Le Méridien (Hamburgo/Alemanha).
07/07/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República na chegada ao Hotel Le Méridien após concerto na Filarmônica de Hamburgo (Hamburgo/ Alemanha).
20/07/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República na chegada a hotel na Argentina (Mendoza/Argentina).
21/07/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após Sessão Plenária dos Senhores Presidentes dos Estados Membros do Mercosul, Estados Associados, México e Convidados Especiais (Mendoza/Argentina).
31/08/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após encontro com empresários chineses (Pequim).
01/09/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República à chegada ao Hotel St. Regis (Pequim).
02/09/2017	Entrevista exclusiva concedida pelo Presidente da República à Band TV (Pequim).
04/09/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República na saída de hotel (Xiamen/China).
05/09/2017	Entrevista exclusiva concedida pelo Presidente da República à Televisão Central da China - CCTV (Xiamen/China).
18/09/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após jantar oferecido pelo Presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump (Nova York/EUA).
19/09/2017	Entrevista exclusiva concedida pelo Presidente da República à ONU News (Nova York/EUA).
19/09/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República a jornalistas (Nova York/EUA).
20/09/2017	Entrevista exclusiva concedida pelo Presidente da República à Reuters (Nova York/EUA).
10/12/2017	Entrevista coletiva concedida pelo Presidente da República após sessão de abertura da XI Conferência Ministerial da OMC (Buenos Aires).

Fonte: Secom

O DEINT providenciou, a pedido da agência Xinhua, a elaboração de mensagem gravada pelo presidente Michel Temer em homenagem às comemorações do Ano Novo Chinês (28/01/2017).

Providenciou, ainda, em conjunto com a Assessoria Diplomática e o Ministério das Relações Exteriores, a elaboração e publicação dos seguintes artigos do presidente da República:

1. Brasil e Argentina: tempo de convergência programática (07/02/2017). Publicado no Clarín (Argentina), por ocasião da visita ao Brasil do presidente Mauricio Macri.
2. O Brasil e os direitos humanos: diálogo e engajamento (10/03/2017). Publicado no La Razón (Bolívia).
3. Brasil e Espanha: uma nova colaboração entre velhos amigos (22/04/2017). Publicado no El País, edição Brasil, por ocasião da visita ao Brasil do presidente do governo Mariano Rajoy.

4. O caminho é o desenvolvimento (28/05/2017). Publicado na Folha de São Paulo, por ocasião do Fórum de Investimentos Brasil 2017 (*Brazil Investment Forum 2017*).
5. Mercosul: caminhos para o futuro (21/7/2017). Publicado no La Nación (Argentina), com o título “El Mercosur mira el futuro” por ocasião da L Reunião de Cúpula do Mercosul, em Mendoza.
6. China: uma visita em três tempos (31/08/2017). Publicado no site da agência Xinhua, por ocasião da visita à China do presidente Michel Temer.
7. Brasil e Paraguai; vizinhos sócios e irmãos (21/08/2017). Publicado no La Nación (Paraguai), por ocasião da visita ao Brasil do presidente Horácio Cartes.
8. O Brasil voltou aos trilhos (*Brazil is back on track*). Publicado em novembro de 2017, em 33 países (45 veículos), entre eles Itália, Espanha, Portugal, Grécia, Dinamarca, Índia, Coreia do Sul, África do Sul, Angola, Irlanda, Argélia, Tunísia, Cazaquistão, México, Argentina, Chile, Uruguai, Bolívia.
9. Um Mercosul de resultados (21/12/2017). Publicado, por ocasião da LI Cúpula do Mercosul, realizada em Brasília, em veículos de oito países da América do Sul: La Nación (Paraguai), El Cronista (Argentina), Búsqueda (Uruguai), El Mercurio (Chile), El Comercio (Equador), Portafolio (Colômbia), La Razón (Bolívia) e De Ware Tijd (Suriname).

Foram realizados 10 Escalões Avançados (Escavs) e três missões precursoras (PREC) para a preparação de viagens presidenciais a sete países no ano de 2017, conforme a seguinte relação:

Tabela 25 – Viagens ao Exterior – Presidente da República

Data	Evento
10/01/2017	Visita a Portugal.
20 a 22/06/2017	Visita à Rússia.
22 e 23/06/2017	Visita à Noruega.
07 e 08/07/2017	Visita à Alemanha (Hamburgo) para Reunião de Cúpula do G20.
21/07/2017	Visita à Argentina (Mendoza) para reunião do Mercosul.
29/08 e 30/08/2017	Visita oficial a Portugal (Lisboa), a caminho da China.
31/08 e 01/09/2017	Visita oficial a Pequim.
03 a 06/09/2017	Visita a Xiamen (China), para reunião do BRICS.
10/12/2017	Visita à Argentina para a abertura da XI Conferência Ministerial – OMC.

Fonte: Secom

Tabela 26 – Eventos Internacionais no Brasil – Coordenação de Imprensa

Data	Evento
19/01/2017	Cerimônia de Apresentação de Cartas Credenciais por Embaixadores Estrangeiros (Palácio do Planalto).
03/04/2017	Encerramento do Conselho Empresarial Brasil-Suécia (São Paulo).
04/04/2017	Abertura do <i>Global Child Forum on South America</i> (São Paulo).
20/04/2017	Cerimônias de Formatura do Instituto Rio Branco e de Imposição de Insígnias da Ordem do Rio Branco (Palácio Itamaraty).
29 e 30/05/2017	Fórum de Investimentos Brasil 2017 (São Paulo).
02/06/2017	Cerimônia de Concessão da Ordem Nacional do Cruzeiro do Sul ao senhor Peter Messitte, Juiz Sênior Federal norte-americano (Palácio do Planalto).
26/06/2017	Cerimônia de Apresentação de Cartas Credenciais por Embaixadores Estrangeiros (Palácio do Planalto).
20/07/2017	XXII Reunião Ordinária do Conselho de Ministros da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) (Palácio Itamaraty).

23/10/2017	Cerimônia de Apresentação de Cartas Credenciais por Embaixadores Estrangeiros (Palácio do Planalto).
21/12/2017	LI Cúpula de Chefes de Estado do Mercosul e Estados Associados (Palácio Itamaraty).
22/12/2017	Café da manhã com jornalistas brasileiros e estrangeiros do Comitê do Palácio do Planalto (Palácio da Alvorada).

Fonte: Secom

Tabela 27 – Coletivas após audiências internacionais no Brasil – Presidente da República

Data	Evento
05/04/2017	Presidente mundial da Shell, Ben van Beurden (Palácio do Planalto).
11/05/2017	Senhora Lilian Tintori, ativista de direitos humanos venezuelana (Palácio do Planalto).
29/05/2017	Com jornalistas estrangeiros no Fórum de Investimentos Brasil 2017 (São Paulo).
23/08/2017	Roberto Azevêdo, diretor-geral da Organização Mundial do Comércio (Palácio do Planalto).

Fonte: Secom

Tabela 28 – Declaração à Imprensa após audiência internacional no Brasil – Ministro das Relações Exteriores

Data	Evento
10/11/2017	Senhor Jyrki Katainen, vice-presidente da Comissão Europeia para Emprego, Crescimento, Investimento e Competitividade (Palácio do Planalto).

Fonte: Secom

Tabela 29 – Audiência com autoridades e empresários – Presidente da República

Data	Evento
15/03/2017	Michael Corbat, CEO Global do Citigroup (Palácio do Planalto).
16/03/2017	Xeique Abdullah Bin Zayed Al Nahyan, chanceler dos Emirados Árabes Unidos (Palácio do Planalto).
19/03/2017	Embaixadores dos maiores mercados importadores de carne do Brasil (Palácio do Planalto).
23/03/2017	Clifford Kupchan, chairman do Eurasia Group (Palácio do Planalto).
27/03/2017	Daniel Ammann, presidente-executivo da General Motors (Palácio do Planalto).
05/04/2017	Ben van Beurden, CEO da Shell (Palácio do Planalto).
11/05/2017	Lilian Tintori, ativista de direitos humanos venezuelana (Palácio do Planalto).
20/06/2017	Deputado Vyacheslav Volodin, presidente da Duma de Estado (Moscou).
21/06/2017	Valentina Matvienko, presidente do Conselho da Federação Russa (Moscou).
23/06/2017	Olemic Thommessen, presidente do Parlamento da Noruega (Oslo).
14/07/2017	Jorge Faurie, Ministro das Relações Exteriores e Culto da República Argentina (Base Aérea de Brasília).
23/08/2017	Roberto Azevêdo, diretor-geral da Organização Mundial do Comércio (Palácio do Planalto).
31/08/2017	Alexander Mashkevitch, empresário (Astana/Cazaquistão).
31/08/2017	Shu Yinbiao, Presidente da State Grid Corporate of China (Pequim).
31/08/2017	Sun Yafang, Presidente do Conselho Huawei (Pequim).
31/08/2017	Chen Feng, Presidente do grupo empresarial HNA (Pequim).
31/08/2017	Lu Shun, Presidente da China Three Gorges Corporation (Pequim).
01/09/2017	Yu Zhengsheng, Presidente da Conferência Consultiva Política do Povo Chinês (CPPCC) (Pequim).
19/09/2017	António Guterres, secretário-geral das Nações Unidas (Nova York/EUA).
19/09/2017	Klaus Schwab, presidente do Fórum Econômico Mundial (Nova York/EUA).
19/09/2017	Chefes de delegações dos países-membros da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (Presidente de São Tomé e Príncipe, Primeiro-Ministro de Portugal, Secretária-Executiva da CPLP, representante de Angola e representante permanente de Moçambique (Nova York/EUA).
10/11/2017	Jyrki Katainen, vice-presidente da Comissão Europeia para Emprego, Crescimento, Investimento e Competitividade (Palácio do Planalto).
24/11/2017	Luis Videgaray, Ministro das Relações Exteriores dos Estados Unidos Mexicanos (Palácio do Planalto).
04/12/2017	Nikolai Patrushev, Secretário do Conselho de Segurança da Federação da Rússia (Palácio do Planalto).
20/12/2017	Tarek Kabil, Ministro de Comércio e Indústria da República Árabe do Egito (Palácio do Planalto).

Fonte: Secom

Tabela 30 – Encontros Chefe de Estado e de Governo – Presidente da República

Data	Evento
10/01/2017	Marcelo Rebelo de Sousa, Presidente da República Portuguesa (Lisboa).
07/02/2017	Mauricio Macri, Presidente da República Argentina (Palácio do Planalto e Palácio Itamaraty).
06/04/2017	Almoço em homenagem ao Rei e à Rainha da Suécia (Palácio Itamaraty).
24/04/2017	Mariano Rajoy, Presidente do Governo do Reino da Espanha (Palácio do Planalto e Palácio Itamaraty).
21/06/2017	Dmitry Medvedev, Primeiro-Ministro da Federação da Rússia (Moscou).
21/06/2017	Vladimir Putin, Presidente da Federação da Rússia (Moscou).
23/06/2017	Erna Solberg, Primeira-Ministra do Reino da Noruega (Oslo).
23/06/2017	Rei Harald V da Noruega (Oslo).
21/08/2017	Horacio Cartes, Presidente da República do Paraguai (Palácio do Planalto e Palácio Itamaraty).
30/08/2017	Marcelo Rebelo de Sousa, Presidente da República Portuguesa (Lisboa).
01/09/2017	Li Keqiang, Primeiro-Ministro da República Popular da China (Pequim).
01/09/2017	Xi Jinping, Presidente da República Popular da China (Pequim).
04/09/2017	Narendra Modi, Primeiro-Ministro da República da Índia (Xiamen/China).
19/09/2017	Mahmoud Abbas, Presidente do Estado da Palestina (Nova York/EUA).
19/09/2017	Abdel Fattah El-Sisi, Presidente da República Árabe do Egito (Nova York/EUA).
19/09/2017	Benjamin Netanyahu, Primeiro-Ministro do Estado de Israel (Nova York/EUA).
20/09/2017	David Granger, Presidente da República Cooperativista da Guiana (Nova York/EUA).
05/12/2017	Evo Morales, Presidente do Estado Plurinacional da Bolívia (Palácio do Planalto e Palácio Itamaraty).
12/12/2017	Gjorge Ivanov, Presidente da República da Macedônia (Palácio do Planalto e Palácio Itamaraty).
21/12/2017	David Granger, Presidente da República Cooperativa da Guiana (Palácio do Planalto).

Tabela 31 – Encontro com correspondentes estrangeiros

Data	Evento
11/04/2017	Café da manhã com o porta-voz do Presidente da República, embaixador Alexandre Parola (São Paulo).
28/04/2017	Café da manhã com o porta-voz do Presidente da República, embaixador Alexandre Parola (Rio de Janeiro).

Fonte: Secom

8.1.4 Macroprocesso – Gestão dos Canais Próprios de Comunicação

Programa Por Dentro do Governo – Em 2017, foram produzidas pelo Departamento de Relações com a Imprensa Regional e em parceria com a EBC, 32 edições do programa “Por Dentro do Governo”. A partir de entrevistas com ministros e dirigentes de órgãos federais divulgadas para rádios, televisão e redes sociais, o programa tem como objetivo dar transparência à gestão federal.

Tabela 32 – Programa “Por Dentro do Governo”

Data	Porta-voz	Pauta
06/01	DENATRAN	<ul style="list-style-type: none"> • Simulador de direção veicular • Operação Rodovia • Uso do farol • Mudanças CTB
10/01	MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES	<ul style="list-style-type: none"> • Lei Geral de Telecomunicações • Modernização dos sinais de transmissão de rádio e TV • Satélite geoestacionário
17/01	SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	<ul style="list-style-type: none"> • Programa ‘Empreender Mais Simples’ • Mutirão de Renegociação
20/01	MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E AGRÁRIO	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Criança Feliz • Ações para conviver com seca • Plano Nacional de Segurança

20/01	SECRETARIA NACIONAL DE JUVENTUDE	<ul style="list-style-type: none"> • Prioridades da gestão • Balanço do 1º mês 'Id Jovem'
24/01	MINISTÉRIO DA CULTURA	<ul style="list-style-type: none"> • Lei Rouanet • Semana Cultural Brasil-Colômbia
26/01	MINISTÉRIO DA SAÚDE	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Aqui Tem Farmácia • Combate à febre amarela, Dengue, Zika, Chikungunya • Saúde dos povos indígenas
27/01	SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS DE PROMOÇÃO DA IGUALDADE RACIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Agenda Quilombola • Cotas raciais • Desigualdade e o preconceito
31/01	APEXBRASIL	<ul style="list-style-type: none"> • Campanha Be Brasil, • Agronegócio Sustentável e • Brasil parceiro confiável
02/02	SECRETARIA ESPECIAL DE AGRICULTURA FAMILIAR E DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO	<ul style="list-style-type: none"> • MP 759 e seus efeitos na regularização fundiária
02/02	MINISTÉRIO DA TRANSPARÊNCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Ações e projetos do ministério: • Município Transparente, Lei Acesso Informação, eventos anticorrupção
06/02	MINISTÉRIO DAS CIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Novas diretrizes do Minha Casa • Minha Vida
09/02	GABINETE DE SEGURANÇA INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos do GSI
03/03	SECRETARIA DE PREVIDÊNCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Reforma da Previdência
22/03	MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA COM EXTERIOR E SERVIÇOS	<ul style="list-style-type: none"> • Principais ações da pasta: • Novo portal, transferência de secretarias para a pasta
27/03	MINISTÉRIO DAS CIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Novas diretrizes do MCMV
28/03	MINISTÉRIO DO TRABALHO	<ul style="list-style-type: none"> • Reforma Trabalhista
29/03	SECRETARIA NACIONAL DE HABITAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Novas regras do MCMV
05/04	MINISTÉRIO DIREITOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ações e prioridades da pasta: • Empoderamento dos Negros • Kits Conselhos Tutelares
11/04	MINISTÉRIO DO TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> • Lançamento do "Brasil + Turismo"
11/09	SECRETARIA NACIONAL DE JUVENTUDE	<ul style="list-style-type: none"> • ID Jovem
18/09	DENATRAN	<ul style="list-style-type: none"> • Semana Nacional do Trânsito
19/09	ICMBio	<ul style="list-style-type: none"> • Dez anos da criação do Instituto
25/09	MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E AGRÁRIO	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação do Programa Progredir
27/09	MINISTÉRIO DO TRABALHO	<ul style="list-style-type: none"> • Caged • Sine Fácil • Modernização trabalhista • Carteira de Trabalho Digital
30/10	MINISTRO DA FAZENDA	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento econômico do país e importância das reformas tributária e da Previdência
06/11	MINISTRO DA EDUCAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorias na educação para surdos
13/11	DIRETOR DO DENATRAN	<ul style="list-style-type: none"> • Carteira Nacional de Habilitação (CNH) Eletrônica e temas relacionados à educação no trânsito
20/11	SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS DE PROMOÇÃO DA IGUALDADE RACIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Intolerância religiosa • Racismo no futebol • Dia da Consciência Negra

27/11	MINISTRO DO TRABALHO	<ul style="list-style-type: none"> • Modernização da legislação trabalhista • Carteira de Trabalho Digital • Sine Fácil 2.0
19/12	MINISTRO DA CULTURA	<ul style="list-style-type: none"> • Lei Rouanet • Renovação da Lei do Audiovisual • Direito autoral
26/12	MINISTRO DAS CIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • MCMV, Cartão Reforma e • Avançar Cidades (Saneamento)

Fonte: Secom

Voz do Brasil – Com 82 anos de existência, a Voz do Brasil alcança, em média, 61 milhões de ouvintes diariamente.

Além de ser o programa mais antigo do rádio no Brasil, cumpre função essencial na divulgação das ações do Governo Federal aos brasileiros, especialmente aos habitantes de regiões remotas e com dificuldade de acesso à informação, como a região norte do país, por exemplo.

Os primeiros 25 minutos da Voz do Brasil são produzidos pela EBC, sob coordenação da Secom. No último ano, a parceria Secom e EBC inovou ao contar com participação ao vivo do presidente da República, Michel Temer, em uma edição comemorativa do aniversário do programa.

8.2 Informações sobre ações de publicidade e propaganda

A tabela a seguir apresenta as despesas executadas nos contratos firmados com as agências de publicidade e propaganda, incluindo os recebidos por meio de Termos de Execução Descentralizada. Destaca-se que a SECOM não possui despesas com publicidade Legal e Mercadológica.

Quadro A.8.2 – Demonstrativos de Despesas com Publicidade e Propaganda

Publicidade	Programa/Ação orçamentária	Valores empenhados	Valores pagos
Institucional	4.131.203.820.170.000	330.713.125,86	158.716.819,92
Legal	-		
Mercadológica	-		
Utilidade pública	04.131.2038.4641.0001	21.201.515,98	15.661.200,75
	04.131.2125.4641.0001	2.402.533,81	1.487.028,26
	14.131.2016.4641.0001	3.999.998,00	-
	15.131.2116.4641.0001	15.000.000,00	-
	04.131.2044.4641.0001	1.500.000,00	-
	10.305.2015.20YJ.0001	3.050.000,00	-
	23.695.2076.20Y3.0001	1.779.225,00	-

Fonte: Secom

ANEXOS

ANEXO I – Espelho de Monitoramento PPA 2016 – 2019

 <p>Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão SOF / SEPLAN / SEST</p>	<p>Espelho do Monitoramento - 2017 Objetivo: 1162</p>
<p>Filtro selecionado Período: Monitoramento PPA 2017 Elementos a serem exibidos: Metas; Iniciativas;</p>	

PROGRAMA: 2038 - Democracia e Aperfeiçoamento da Gestão Pública

Informações Básicas

Tipo de programa: Temático

Informações do Monitoramento

Relatório de Avaliação do Programa: Relat_rio_de_Avalia_o____exerc_cio_2017__SPO_MP.doc

OBJETIVOS

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

Informações Básicas

Órgão: Presidência da República

Informações do Monitoramento

Análise Situacional do Objetivo: Em 2017, a Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República (Secom/PR) fortaleceu a comunicação social do Poder Executivo Federal com a sociedade por meio de campanhas publicitárias, da reformulação da linha editorial e do aperfeiçoamento dos canais próprios de comunicação (portais e redes sociais), entre outras iniciativas.

Para simplificar o acesso do cidadão a informações oficiais do Governo Federal e à prestação de serviços de utilidade pública, os portais de governo (brasil.gov.br; planalto.gov.br; secom.gov.br) e as redes sociais (www.twitter.com/portabrasil; www.youtube.com/canalportabrasil; e www.facebook.com/portabrasil) tiveram inovações na linguagem, formato e visual.

O diálogo com a sociedade teve como premissa a aproximação do discurso, a simplificação da linguagem e a interação nas redes sociais. Como resultado, a presença digital nas redes sociais foi intensificada em 2017. Uma nova comunicação entre Governo e servidores públicos foi criada pelo Whatsapp: o canal do servidor, que visa ampliar a comunicação com esse público através de informes sobre atividades e serviços.

As propostas de reforma da Previdência e modernização trabalhista, que impactam a vida de todos os brasileiros, foram objeto de campanhas de publicidade e comunicação digital. Foram criados os sites www.reformadaprevidencia.gov.br e www.brasil.gov.br/trabalhista para serem fontes primárias de informação sobre as propostas de mudanças.

Em 2017, 70 ações de Publicidade Institucional e Publicidade de Utilidade Pública foram realizadas 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 dos atos públicos.

As ações desenvolvidas objetivaram a visibilidade aos atos e decisões do Governo Federal e prestaram contas à sociedade. Destacam-se a campanha de esclarecimento da população a respeito da proposta de Reforma da Previdência, desenvolvida em quatro fases distintas, em virtude da necessidade de acompanhar a evolução do assunto em diferentes momentos do ano.

A Modernização Trabalhista também impõe a necessidade de informar a população sobre os efeitos práticos no mundo do trabalho, em virtude da nova legislação trabalhista brasileira.

Para novas políticas públicas e projetos implementados pelo Executivo Federal foram realizadas ações em razão da inovação e montante de recursos envolvidos, a exemplo do programa AVANÇAR, cujo objetivo é promover a retomada do planejamento e execução de grandes obras de infraestrutura social, urbana, logística, e energética do país, nos anos de 2017/2018. O Programa de Parceria de Investimentos/PPI - Projeto Crescer, que entrou na 3ª fase/carteira de projetos, também foi objeto de ação de comunicação em função do seu inéditismo na remodelagem do formato das concessões no Brasil. A campanha de fim de ano teve como objetivo ensinar na população sentimentos de confiança e prosperidade em relação ao próximo ano. A ação divulga a síntese do conjunto de ações e realizações ocorridas durante o ano, evidenciando o resultado concreto das medidas adotadas pelo Poder Executivo Federal, a exemplo da redução da taxa básica de juros, a queda da inflação e a retomada da geração do emprego e do desenvolvimento econômico do país e seu papel de protagonista na transformação em curso no Brasil, apontando os rumos que devem ser seguidos no ano vindouro.

Outros temas de interesse social, direcionados para segmentos específicos, como identidade de gênero, direito das mulheres, criança e adolescente, também foram alvo de ações de divulgação. O combate à violência no Rio de Janeiro e as obras de transposição do rio São Francisco também mereceram atenção especial.

Todas as campanhas desenvolvidas tiveram uso de legendas a fim de promover a acessibilidade das pessoas com deficiência auditiva.

METAS

Meta: 04RW - Aperfeiçoar a comunicação do Poder Executivo federal com foco em canais digitais

Informações Básicas

Órgão: Presidência da República

Instituição Responsável pela Apuração: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Meta: No ano de 2017, a Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República - Secom/SG/PR promoveu eventos de disseminação de conhecimento e boas práticas em comunicação digital para os órgãos da Administração Pública Federal.

Para simplificar o acesso do cidadão a informações oficiais do Governo Federal e à prestação de serviços de utilidade pública, os portais de governo (brasil.gov.br; planalto.gov.br; secom.gov.br) e as redes sociais (www.twitter.com/portabrasil; www.youtube.com/canalportabrasil; e www.facebook.com/portabrasil) tiveram inovações na linguagem, formato e visual.

O diálogo com a sociedade teve como premissa a aproximação do discurso, a simplificação da linguagem e a interação nas redes sociais. Como resultado, a presença digital nas redes sociais foi intensificada em 2017. Uma nova comunicação entre Governo e servidores públicos foi criada pelo Whatsapp: o canal do servidor, que visa ampliar a comunicação com esse público através de informes sobre atividades e serviços.

Classificação da meta: Andamento adequado

Medidas a serem adotadas: Sem proposição de Novas Medidas;



Detalhamento das providências a serem tomadas: Meta com bom andamento.

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

Órgão: Presidência da República
Instituição Responsável pela Apuração: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Meta: No exercício de 2017 foram desenvolvidas ações de Publicidade Institucional e Publicidade de Utilidade Pública, com objetivo de divulgar temas de interesse social em observância ao princípio da publicidade dos atos públicos. Para tanto, foram utilizados diferentes ferramentas e canais de comunicação, no intuito de alcançar o maior número de cidadãos em todo o território nacional.

Temas de interesse social de segmentos específicos foram tratados pela comunicação do Executivo Federal, a exemplo de identidade de gênero, direito das mulheres, criança e adolescente. O combate à violência no Rio de Janeiro e as obras do projeto São Francisco também mereceram ação especial de comunicação.

Destaca-se o desdobramento da Campanha LGBT e publicações diversas do Dia da Consciência Negra e do Dia da Pessoa com Deficiência nas redes sociais.

As ações de comunicação digital foram pautadas por personagens com fenótipos brasileiros/latinos, apresentando a miscigenação do nosso povo nas redes sociais.

Está sendo criado banco de imagens com o intuito de construir base de fotos que represente a brasilidade na comunicação digital do Governo Federal.

Classificação da meta: Andamento adequado

Medidas a serem adotadas: Sem proposição de Novas Medidas;

Detalhamento das 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
Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: Foram realizadas campanhas, produção e divulgação de conteúdos diversificados nas nossas redes sociais. Para simplificar o acesso do cidadão a informações oficiais do Governo Federal e à prestação de serviços de utilidade pública, os portais de governo (brasil.gov.br, planalto.gov.br, secom.gov.br) e as redes sociais (www.twitter.com/portabrazil; www.youtube.com/analportalbrasil; e www.facebook.com/portabrazil) tiveram inovações na linguagem, formato e visual.

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

Informações Básicas

Individualizada: Não
Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: No ano de 2017, a Secom/PR lançou a nova Identidade Padrão de Comunicação Digital – IDG nos portais Governo do Brasil, Portal Planalto, Ministério dos Direitos Humanos e Portal de Serviços do Ministério do Planejamento.

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

Informações Básicas

Individualizada: Não
Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: A responsividade é premissa em todos os projetos de Portais geridos pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República – Secom (PR). Neste ano o menu tomou-se mais fácil na navegação, como por exemplo, para pessoas cegas no Portal do Governo do Brasil há dispositivo para a leitura.

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

Informações Básicas

Individualizada: Não
Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: A forma de comunicação com a sociedade pelos Portais foi aprimorada com tom mais leve e próximo dos cidadãos. Foram publicadas matérias com palavras coloquiais sem termos técnicos e histórias de pessoas que foram beneficiadas com as políticas públicas.

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

Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: Houve o aperfeiçoamento no conteúdo regionalizado com publicação de vídeos segmentados, matérias de histórias reais e utilização de expressões da linguagem local para se aproximar à cultura e linguagem de cada região.

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

Informações Básicas

Individualizada: Não

Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: Nas nossas redes sociais, as regras de uso de interatividade estão disponibilizadas no Facebook e estão sendo aplicadas pelos usuários desses canais, além disso há efetiva moderação dos canais próprios de comunicação da Presidência da República.

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

Informações Básicas

Individualizada: Não

Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: Foram desenvolvidas peças com a linguagem adequada às redes sociais, como vídeos em formatos quadrados, pois 90% das pessoas assistem o celular no formato vertical. Também foram produzidos vídeos curtos, com mensagem direta e clara, aproveitamento das hashtags usadas pelas redes sociais para otimizar a audiência.

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

Informações Básicas

Individualizada: Não

Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: A Secom/PR acompanhou as etapas do processo de construção da nova Identidade Padrão de Comunicação Digital - IDG bem como treinamento e orientação aos órgãos do Sistema de Comunicação do Governo Federal - Sicom, sobre a construção/atualização de seus portais. Em alguns casos, a própria Secom/PR assumiu o desenvolvimento das soluções digitais daqueles órgãos.

Iniciativa: 06MM - Promoção da diversidade étnica com protagonismo em representações positivas na publicidade institucional do Poder Executivo federal e estímulo a ações semelhantes no âmbito do Poder Público em geral

Informações Básicas

Individualizada: Não

Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: No exercício de 2017 foram desenvolvidas ações de Publicidade Institucional e Publicidade de Utilidade Pública, com objetivo de divulgar temas de interesse social em observância ao princípio da publicidade dos atos públicos. Para tanto, foram utilizados diferentes ferramentas e canais de comunicação, no intuito de alcançar o maior número de cidadãos em todo o território nacional. Temas de interesse social de segmentos específicos foram tratados pela comunicação do Executivo Federal, a exemplo de identidade de gênero, direito das mulheres, criança e adolescente. O combate à violência no Rio de Janeiro e as obras do projeto São Francisco também mereceram ação especial de comunicação. Destaca-se o desdobramento da Campanha LGBT e publicações diversas do Dia da Consciência Negra e do Dia da Pessoa com Deficiência nas redes sociais. As ações de comunicação digital foram pautadas por personagens com fenótipos brasileiros/latinos, apresentando a miscigenação do nosso povo nas redes sociais. Está sendo criado banco de imagens com o intuito de construir base de fotos que represente a brasilidade na comunicação digital do Governo Federal.

Iniciativa: 06MN - Promoção de acessibilidade na comunicação do governo

Informações Básicas

Individualizada: Não

Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: Os critérios de acessibilidade são premissas para os trabalhos da Secom/PR. A acessibilidade é um dos pilares da nova Identidade Padrão de Comunicação Digital - IDG. Todas as campanhas desenvolvidas tiveram uso de legendas a fim de promover a acessibilidade das pessoas com deficiência auditiva. A utilização da hashtag PraCegoVer em algumas publicações no Facebook e legendagem dos vídeos nas redes sociais são exemplos de aperfeiçoamento da acessibilidade da comunicação do Governo Federal.

Iniciativa: 06MO - Estímulo à 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

Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: A criação de mecanismos transparentes para escolha dos projetos de patrocínio por parte da Administração Pública Federal é uma diretriz reconhecida pela sociedade e priorizada pelo Governo Federal. Em 2017, para as áreas da Cultura, Esporte, Eventos e Ocupação de Espaço foram protagonistas Petrobras, BR Distribuidora, BNDES, Furnas, Banco do Brasil, Banco da Amazônia e BNB.

Iniciativa: 06MP - Promoção de estratégias de mídias alinhadas aos posicionamentos estratégicos do Governo Federal com racionalidade na aplicação dos recursos publicitários em programação abrangente com diversificação de meios e veículos

Informações Básicas

Individualizada: Não

Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: Durante o ano de 2017 a Secom autorizou 35 campanhas publicitárias entre as quais destacaram-se a Divulgação da Reforma da Previdência, da Modernização Trabalhista e do Programa Avançar - Parcerias, todas com o objetivo de informar ao cidadão brasileiro sobre as iniciativas do Governo Federal na promoção das reformas necessárias para o desenvolvimento econômico do País e melhoria do bem-estar da população brasileira. Promoveu, ainda, o apoio às temáticas do Ministério da Saúde (Vacinação contra Influenza), Ministério da Agricultura (Censo Agro), Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil (Rodovia), entre outros, cujo teor das campanhas de divulgação apresentaram apelos de comunicação de utilidade pública.

O conjunto de ações de comunicação teve como premissa a diversificação de meios e veículos de comunicação, cumprindo as diretrizes normativas, cujo embasamento técnico proporcionou o alcance da população brasileira e proporcionou o atingimento dos objetivos estratégicos da Secom/PR. Neste aspecto foram autorizadas em torno de 4.562 veículos de comunicação em 2017, contra 2.427 em 2016 resultando em um aumento de 87,96% em relação a quantidade de 2016, consolidando uma atuação com abrangência nacional e valorizando os veículos regionais.

Foram mantidas as rotinas de negociações anual com os veículos de comunicação regionais (rádio e jornal) e ampliação dos veículos participantes da Negociação de Comitê do Sicom com objetivo de racionalizar a aplicação dos recursos orçamentários destinados às campanhas de divulgação desta Secretaria.

Iniciativa: 07F0 - Disponibilização aos cidadãos de dados e informações de pesquisa de opinião pública

Informações Básicas

Individualizada: Não

Outras Informações: SECOM-PR

Informações do Monitoramento

Análise Situacional da Iniciativa: Em 2017 as pesquisas de opinião pública tiveram o objetivo de avaliar a percepção da população quanto aos programas e ações governamentais e subsidiar as ações de comunicação do Governo Federal. Para implementar essas políticas com eficácia e avaliar os serviços públicos foram realizadas 35 pesquisas quantitativas e qualitativas de opinião pública, que abrangeram, dentre outros temas: i) avaliação de serviços e políticas públicas; ii) avaliação nacional e regional da conjuntura econômica e social (retrospectiva e prospectiva); iii) reforma da previdência social; iv) combate ao mosquito Aedes Aegypti; v) crise política; vi) programas relativos às áreas de saúde, educação e segurança, cujos resultados são integralmente disponibilizados na página da SECOM na internet.

ANEXO II – Eventos

DATA	NOME	ÓRGÃO DEMANDANTE	CIDADE / UF	AÇÃO
09/jan	Cerimônia de Entrega de 340 ambulâncias do SAMU 192 para renovação da frota no país, sendo 61 para os Municípios do Estado do Rio Grande do Sul	Ministério da Saúde	Esteio / RS	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
12/jan	Inauguração da Escola Municipal de Ensino Fundamental Prof. Fued Temer	Ministério da Educação	Praia Grande / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
18/jan	Cerimônia Empreender Mais Simples. Menos burocracia. Mais crédito.	Secretaria Nacional da Micro e Pequena Empresa	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
19/jan	Cerimônia de Lançamento Pré-custeio para o Plano Safra 2017/2018	Ministério da Agricultura	Ribeirão Preto / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
30/jan	Cerimônia de Inauguração do novo Campus de Serra Talhada do Instituto Federal do Sertão Pernambucano	Ministério da Educação	Serra Talhada/PE	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
30/jan	Inauguração da Estação de Bombeamento 3 - Eixo Leste	Ministério da Integração Nacional	Floresta / PE	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
31/jan	Abertura 2017 Latin America Investment Conference	Credit Suisse	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
06/fev	Anúncio de Novas Medidas para o Programa Minha Casa Minha Vida 2017	Ministério das Cidades CAIXA	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
07/fev	Visita Presidente Macri - Argentina	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Acompanhamento no local
08/fev	Anúncio de Recursos para a Merenda Escolar	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
09/fev	Evento CAIXA 2017	CAIXA	Brasília / DF	Acompanhamento no local.
09/fev	Criança Feliz Primeiras Damas	Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário Gabinete da Primeira Dama	Brasília / DF	Acompanhamento no local/ aprovação / montagem/ Condução da Cerimônia
14/fev	Liberação das Contas Inativas do FGTS	CAIXA	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
14/fev	Modernização do Porto Rio Grande	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	Rio Grande / RS	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
14/fev	Posse da Diretoria Eleita da Frente Parlamentar Agropecuária	Frente Parlamentar Agropecuária	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.

15/fev	Anúncio da Liberação de Milho dos Estoques Governamentais para Venda a Criadores e Agroindústrias de Pequeno Porte do Nordeste	Ministério da Agricultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
16/fev	Lei do Novo Ensino Médio	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
20/fev	Agro+ São Paulo	Ministério da Agricultura	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
07/mar	46ª Reunião Plenária Ordinária do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social - CDES	CDES	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
07/mar	Posse do Ministro de Estado da Justiça e Segurança Pública e do Ministro de Estado das Relações Exteriores	Ministério da Justiça e Segurança Pública Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
08/mar	Encontro de Mídia: Associação Brasileira de Mídia "Out Of Home"	SECOM	Brasília / DF	Organização / Planejamento / Acompanhamento no local
08/mar	Comemoração pelo Dia Internacional da Mulher	Secretaria Especial de Política para as Mulheres	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
10/mar	Ordem de Serviço para Adequação da BR-230	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	Campina Grande/PB	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
14/mar	Semana de Ouvidoria e Acesso à Informação - 14 a 16 de Março	Ministério da Transparência, Fiscalização e Controladoria-Geral da União	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento no local / aprovação e material.
17/mar	Reunião com Micro e Pequenos Empresários - CNI/SP	Secretaria da Micro e Pequena Empresa	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto.
15/mar	Lançamento Senhor Orientador	SEBRAE	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
20/mar	Posse da Diretoria da Amcham	Amcham	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
21/mar	Latin American Cities Conference: Brasília Brazil's Agenda for Investment and Growth.	Americas Society/Council of the Americas	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
22/mar	Posse do Ministro Alexandre de Moraes no STF	STF	Brasília / DF	Acompanhamento no local.
23/mar	Lançamento do Novo Processo de Exportações do Portal Único de Comércio Exterior	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior		Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.

24/mar	Entrega de 1.300 unidades habitacionais do Parque Residencial da Solidariedade do Programa Minha Casa Minha Vida	Ministério das Cidades	São José do Rio Preto/SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
28/mar	Logística e Infraestrutura - Confederação da Agricultura e Pecuária	CNA	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
29/mar	Modernização do Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal	Ministério da Agricultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
03/abr	Feira de LAAD Defence & Security 2017	Associação Brasileira das Indústrias de Materiais de Defesa e Segurança	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento remoto.
03/abr	Jantar com o Governador de São Paulo e o Rei Suécia	Governo do Estado de São Paulo Ministério das Relações Exteriores	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto.
04/abr	Brazil Investments Forum - Bradesco	Bradesco	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
04/abr	Abertura do Global Child Forum on South America		São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
05/abr	Almoço em homenagem ao Rei e Rainha da Suécia	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Acompanhamento no local.
10/abr	Jantar Clube Líbano - São Paulo	Clube Líbano	São Paulo / SP	Acompanhamento no local.
12/abr	Decreto INPI e Anvisa	Ministério da Saúde Ministério da Ciência, Tecnologia, Comunicações e Inovação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
18/abr	Café com os Deputados da Base Aliada		Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
19/abr	Dia do Exército, com a Imposição da Ordem do Mérito Militar e da Medalha do Exército.	Ministério da Defesa	Brasília / DF	Acompanhamento no local.
19/abr	Tratado de Marraquexe	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
20/abr	Formatura de Turmas do Instituto Rio Branco	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Acompanhamento no local.
24/abr	Almoço Oferecido ao Presidente do Governo da Espanha	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Acompanhamento no local.

24/abr	Devolução da Autonomia do Complexo Portuário de Suape	SUAPE	Recife / PE	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
25/abr	Almoço com os Governadores		Brasília / DF	Acompanhamento no local.
30/abr	Reunião Bilateral o Vice Primeiro Ministro do Japão	Ministério das Relações Exteriores	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto.
30/abr	Abertura da Japan House	Ministério das Relações Exteriores	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto.
04/mai	Transmissão do Lançamento do Satélite	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações	Brasília / DF	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
05/mai	Inauguração do Porto de Santos	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	Santos / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
08/mai	3º Encontro Nacional de Chefes de Agências do IBGE	IBGE	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
09/mai	Evento Primeira Dama com Embaixatrizes - Intercâmbio de Informações e Experiências na Área Social	Gabinete da Primeira Dama	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem / Condução da cerimônia
10/mai	Assinatura de Decreto sobre Nova Política Portuária	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
10/mai	Exposição Brasilis a Brasilia	DDH	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
11/mai	Imposição Medalha	Ministério da Defesa	Brasília / DF	Acompanhamento no local / reconhecimento / aprovação de peças / montagem e desmontagem
11/mai	Lançamento do Projeto de Revitalização do Parque Nacional dos Guararapes		Guararapes/ PE	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
12/mai	Visita à CAIXA para Saque FGTS	CAIXA	Brasília / DF	Acompanhamento no local.
12/mai	Evento 1º Ano Governo		Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
16/mai	Abertura da XX Marcha em Defesa dos Municípios	Confederação Nacional dos Municípios	Brasília / DF	Acompanhamento no local / reconhecimento / aprovação de peças / montagem e desmontagem

17/mai	Lançamento SINEFÁCIL	Ministério do Trabalho	Brasília / DF	Acompanhamento no local / reconhecimento / aprovação de peças / montagem e desmontagem
22/mai	Almoço com Africanos e Árabes	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Acompanhamento no local.
24/mai	Abertura da 89ª ENIC - Encontro Nacional da Indústria da Construção	SINDUSCON	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
30/mai	Forum de Investimentos Brasil	APEX Brasil	São Paulo / SP	Acompanhamento no local / reconhecimento / planejamento / aprovação de peças / montagem e desmontagem
31/mai	Posse Ministro Torquato Jardim	Ministério da Justiça e Segurança Pública	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
31/mai	Plano Safra da Agricultura Familiar	SEAD	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
05/jun	Dia Mundial do Meio Ambiente	Ministério do Meio Ambiente	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
06/jun	Inauguração da Nova Sede do Conselho do SESI	SESI	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
07/jun	Plano Agrícola e Pecuário 2017/2018	Ministério da Agricultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
09/jun	152º Aniversário da Batalha Naval do Riachuelo - Data Magna da Marinha	Ministério da Defesa	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
12/jun	Reunião com os Coordenadores das Câmaras Temáticas do Fórum Brasileiro de Mudanças Climáticas	Ministério do Meio Ambiente	Brasília / DF	Acompanhamento no local.
26/jun	Sanção da Lei de Diferenciação de Preço		Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
29/jun	Cerimônia de Posse Comissão ODS	SEGOV	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem.
29/jun	Lei de Responsabilidade das Estatais		Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem.
05/jul	Lançamento do Novo FIES	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
11/jul	Lançamento Plano Safra Banco do Brasil		Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem

12/jul	Anúncio de Medidas para a Estruturação de Projetos de Infraestrutura pelos Estados e Municípios	Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
11/jul	Lançamento do Programa Nacional de Regularização Fundiária	Ministério da Agricultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
13/jul	Anúncio de Recursos para a Saúde	Ministério da Saúde	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
13/jul	Sanção Reforma Trabalhista	Ministério do Trabalho	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
20/jul	XXII Reunião Ordinária do Conselho de Ministros da CPLP	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Planejamento / Criação de conceito / Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
20/jul	Anúncio de Medidas para o Fortalecimento da Odontologia no SUS	Ministério da Saúde	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
25/jul	Posse do Ministro da Cultura, Sérgio Sá Leitão	Ministério da Cultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
25/jul	Lançamento do Programa de Revitalização da Indústria Mineral Brasileira	Ministério de Minas e Energia	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
27/jul	Implementação do Programa de Concessão de Aeroportos	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
01/ago	Assinatura de Ato que Autoriza a Criação de Novos Cursos de Medicina	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
03/ago	Lançamento de Medidas para a Ampliação de Parcerias na Conservação da Natureza	Ministério do Meio Ambiente	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
07/ago	Criação do Parque Campo de Marte	Prefeitura de São Paulo	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
08/ago	Abertura do 27º Congresso FENABRAVE	FENABRAVE	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
08/ago	Lançamento do PRODULOTE	CAIXA	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.

09/ago	Abertura 36ª ENAEX	Associação de Comércio Exterior do Brasil	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
10/ago	Assinatura do Acordos de Cooperação entre a AGU e Procuradorias-Gerais dos Estados e Distrito Federal	AGU	Brasília / DF	Acompanhamento no Local
10/ago	Anúncio de Distribuição dos Resultados do FGTS	CAIXA	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
11/ago	Colheita do Algodão e Inauguração de Fábrica de Etanol	Ministério da Agricultura	Lucas do Rio Verde / MT	Acompanhamento remoto.
16/ago	Abertura Oficial da 18ª Conferencia Anual Santander	Santander	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto.
16/ago	Assinatura do Decreto que Reconhece os Supermercados como Atividade Essencial	Associação Brasileira de Supermercados	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
23/ago	Lançamento do Programa BNDES Giro	BNDES	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
23/ago	3ª Reunião Crescer		Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
28/ago	Lançamento do Programa Nacional de Voluntariado	Casa Civil	Brasília / DF	Briefing / Concepção / Coordenação / Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
30/ago	Apresentação para as novas agências de publicidade	SECOM	Brasília / DF	Acompanhamento no local / Apresentação
07/set	Desfile de 7 de Setembro	Ministério da Defesa SECOM	Brasília / DF	Briefing / Concepção / Elaboração de Projeto / Licitação / Contratação / Coordenação / Acompanhamento no local / Aprovação / montagem e desmontagem.
12/set	Reunião com Representantes da Indústria e de Centrais Sindicais	Ministério do Trabalho	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
14/set	Ordem de Serviço da Construção de Ponte sobre o Rio Araguaia entre os municípios de Xambioá/TO e São Geraldo do Araguaia/PA	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	Xambioá / TO	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
20/set	Evento Financial Times	Financial Times	Nova York / EUA	Coordenação / aprovação / acompanhamento no local.

15/set	Inauguração do Instituto Estadual do Cérebro Paulo Niemeyer (IEC)	Ministério da Saúde	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças.
26 a 29/set	Melhores Práticas de Comunicação - Modelo Britânico	SECOM	Brasília / DF	Briefing / Concepção / Coordenação / Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
28/set	Antecipação do Calendário PIS/PASEP	CAIXA Banco do Brasil	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
26/set	Lançamento do Plano Progridir	Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
02/out	Apresentação Site Vida da Criança		Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
02/out	Abertura da 19ª Edição do Futurecom	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças
04/out	Dia Nacional da Micro e Pequena Empresa	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
04/out	Renovação de Frota de Ambulâncias do SAMU	Ministério da Saúde	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças
05/out	Assinatura de Protocolo de Intenções para cessão de lote para Basílica Nossa Senhora de Nazaré/PA	Ministério da Defesa Ministério da Integração Nacional Ministério do Planejamento	Belém / PA	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças
05/out	Visita à Base de Alcântara	Ministério da Defesa	Alcântara / MA	Acompanhamento remoto
17/out	Imposição de Insígnias da Ordem do Mérito Médico	Ministério da Saúde	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
20/out	Inauguração do Maior Abatedouro de Peixes do Brasil	Ministério da Agricultura	Pelotina / PR	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças
21/out	II Encontro Carta Caiman	Ministério do Meio Ambiente	Miranda / MS	Acompanhamento remoto
27/out	Encontro dos Governadores do Brasil pela Segurança Pública e Controle das Fronteiras: "Narcotráfico, uma Emergência Nacional"	Ministério da Defesa	Rio Branco / AC	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças
09/nov	Lançamento do Programa Avançar	Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão	Brasília / DF	Planejamento / Concepção / Contratação / Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem

10/nov	Nova Estratégia de Comunicação Digital	Gabinete Digital	Brasília / DF	Acompanhamento no local / Briefing / Concepção / Aprovação / montagem e desmontagem
13/nov	Programa Emergencial de Ações Sociais para o Rio de Janeiro	Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento remoto / Ajuste de peças / Aprovação de peças
13/nov	Entrega do Cartão Reforma	Ministério das Cidades	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
15/nov	Refundação República – Itu		Itu / SP	Acompanhamento remoto
16/nov	Abertura da Semana Global de Empreendedorismo	SEBRAE	Brasília / DF	Acompanhamento remoto
21/nov	Lançamento da Plataforma Digital do Programa Emprega Brasil	Ministério do Trabalho	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
22/nov	Almoço com Governadores	SEGOV	Brasília / DF	Acompanhamento no local
22/nov	Posse do Ministro das Cidades Alexandre Baldy	Ministério das Cidades	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem
22/nov	Anúncio da Política de Governança Pública	Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão	Brasília / DF	Acompanhamento no local / montagem e desmontagem
22/nov	Jantar com Deputados da Base Aliada	SEGOV	Brasília / DF	Acompanhamento no local
23/nov	Lançamento da Política de Inovação - Educação Conectada	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
23/nov	Inauguração do Hospital de Câncer da Amazônia	Ministério da Saúde	Porto Velho / RO	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças
02/dez	Entrega de 900 UH do MCMV - Residencial Rubi III, IV e V	Ministério das Cidades e Caixa	Americana / SP	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças
04/dez	Inauguração do VLT Rio de Janeiro - Linha 2	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	Rio de Janeiro / RJ	Acompanhamento remoto / Aprovação de peças
06/dez	Café da Manhã com Líderes Partidários	SEGOV	Brasília / DF	Acompanhamento no local
06/dez	Reunião com Ministros, Líderes da Base Aliada na Câmara dos Deputados e Presidentes de Partido	SEGOV	Brasília / DF	Acompanhamento no local

06/dez	Assinatura de Decreto que institui a Rede Brasil Mulher	Secretaria de Política para as Mulheres	Brasília / DF	Acompanhamento no local
07/dez	Jantar com Membros do TCU		Brasília / DF	Acompanhamento no local
07/dez	Sanção da Lei do Novo FIES	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local
08/dez	Abertura do 22º Encontro Anual da Indústria Química	Ministério de Minas e Energia	São Paulo / SP	Acompanhamento remoto
12/dez	Lançamento do Plano Agro+ Integridade	Ministério da Agricultura	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
13/dez	Reunião CNM e Prefeitos Municipais sobre a Reforma da Previdência	Ministério da Previdência Social	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
17/dez	Posse do Ministro Carlos Marun	SEGOV	Brasília / DF	Acompanhamento no local
19/dez	Cerimônia de Entrega da Ordem ao Mérito Cultural	Ministério da Cultura	Brasília / DF	Planejamento / Aprovação / Acompanhamento no local / montagem e desmontagem
20/dez	Cerimônia de Homologação da Base Nacional Comum Curricular	Ministério da Educação	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
21/dez	Divulgação do Plano de Negócios e Gestão 2018-2022 da Petrobrás	Ministério de Minas e Energia Petrobras	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
21/dez	LI Cúpula de Chefes de Estado do Mercosul	Ministério das Relações Exteriores	Brasília / DF	Acompanhamento no local / aprovação / montagem e desmontagem
22/dez	Visita de Crianças ao Palácio da Alvorada	Gabinete da Primeira Dama	Brasília / DF	Organização / Planejamento / Acompanhamento no local / Montagem e desmontagem
22/dez	Café da Manhã com Jornalistas	SECOM	Brasília / DF	Organização / Planejamento / Acompanhamento no local / Montagem e desmontagem
27/dez	Processamento de Exportação do Porto do Açú	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	São João da Barra / RJ	Acompanhamento do local / aprovação / coordenação

ANEXO III – Eventos Avançar

DATA	NOME	ÁREA DEMANDANTE	CIDADE/UF	AÇÃO
24/nov	Visita de Monitoramento 2ª Ponte do Rio Guaíba	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	Porto Alegre/RS	Acompanhamento no local, coordenação, aprovação de peças, montagem e desmontagem
25/nov	Cerimônia de Entrega de UH Minha Casa Minha Vida	Ministério das Cidades e Caixa	Santa Cruz/RJ	Acompanhamento no local, coordenação, aprovação de peças, montagem e desmontagem
02/dez	Cerimônia de Entrega de UH Minha Casa Minha Vida	Ministério das Cidades e Caixa	Limeira/SP e Americana/SP	Acompanhamento no local, coordenação, aprovação de peças, montagem e desmontagem
08/dez	Entrega Avenida do Contorno	Governo do Rio de Janeiro	Volta Redonda/RJ	Acompanhamento no local, coordenação, aprovação de peças, montagem e desmontagem
19/dez	Inauguração Rodovia Régis Bitencourt	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil	Serra do Cafetal/SP	Acompanhamento no local, coordenação, aprovação de peças, montagem e desmontagem
20/dez	Cerimônia de Entrega de UH Minha Casa Minha Vida	Ministério das Cidades e Caixa	São Gonçalo/RJ	Acompanhamento no local, coordenação, aprovação de peças, montagem e desmontagem
21/dez	Inauguração da Linhas de Transmissão de Energia	Ministério de Minas e energia	Ibiraci/MG	Acompanhamento no local, coordenação, aprovação de peças, montagem e desmontagem
20/dez	Cerimônia de Entrega de UH Minha Casa Minha Vida	Ministério das Cidades e Caixa	São Gonçalo/RJ	Acompanhamento no local, coordenação, aprovação de peças, montagem e desmontagem

ANEXO IV – Relatório Pré-teste – Campanha Reforma da Previdência – 2º Fase

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PRÉ-TESTE				
AÇÃO	Campanha Reforma da Previdência – 2º Fase			
PERÍODO	A partir de fevereiro de 2017			
INVESTIMENTO	Previsão - R\$ 30 milhões			
AGÊNCIA	Leo Burnett, Nova SB e Propeg			
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS				
<p>Nos meses de dezembro de 2016 e janeiro de 2017, o Governo Federal veiculou campanha publicitária que abordou a temática da reforma da previdência brasileira. As ações de comunicação tiveram o objetivo de sensibilizar a população para a necessidade da reforma e trataram a questão de forma didática e acessível, buscando sanar as principais dúvidas da sociedade.</p> <p>No entanto, dados de monitoramento das redes sociais no ambiente digital identificaram a permanência de questionamentos, por parte da população, no que tange o assunto, indicando a necessidade de novo esforço de comunicação. Diante do exposto, considera-se necessário o desenvolvimento de uma nova fase da Campanha Reforma da Previdência, que buscará responder as perguntas mais frequentes da sociedade, identificadas no citado monitoramento.</p> <p>O objetivo primordial dessa nova fase da campanha é, mais uma vez, disseminar informações sobre o assunto, de forte interesse público, e estimular a participação da sociedade no seu debate, atendendo ao Princípio da Publicidade, que é assegurado pela Constituição Federal.</p>				
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 adotada na campanha “Reforma da Previdência”, buscando-se entender se a</p>				

mesma deveria ser mantida para essa 2ª fase da campanha. Buscou, ainda, identificar eventuais pontos a serem ajustados nas novas peças propostas, com vistas ao atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos.

Foram realizados 6 grupos de discussão, em três capitais representativas do País, a saber: São Paulo, Recife e Brasília. Por conta da urgência em realizar a ação de comunicação em questão, todos os grupos foram realizados no dia 02 de fevereiro de 2017. Os grupos contaram com representantes das classes sociais A2, B e C, de ambos os sexos, das faixas etárias de 18 a 45 anos.

Principais resultados identificados pela pesquisa:

Os resultados finais sinalizam que a campanha é bem recebida pelos entrevistados, por trazer esperança, esclarecimento e senso de urgência. As peças são compreendidas e cumprem com o objetivo de informar e esclarecer. Todos entendem a importância de discutir o assunto; o tema é considerado relevante e mobilizador, pois atinge a vida de cada um. Os aspectos negativos da avaliação são creditados à atual situação que o País atravessa, que é considerada delicada.

A linguagem acessível e coloquial dos comerciais, com utilização de termos populares que simplificam a apreensão da mensagem, gera identificação. No entanto, algumas peças geram o desejo por mais informações, o que indica a necessidade de destacar, nas mesmas, o endereço eletrônico onde o cidadão pode obter mais dados sobre o assunto.

As peças de TV e internet são bem recebidas pelos entrevistados, com indicação de ajustes pontuais. O anúncio impresso foi alvo de críticas, tendo seu texto sido considerado pesado por responsabilizar mais a população brasileira pelo déficit da previdência do que o próprio Governo Federal. A peça deve sofrer ajustes mais profundos a fim de minimizar essa percepção.

CONCLUSÃO:

Considera-se assertiva a opção por manter a linha criativa da 1ª fase da campanha Reforma da Previdência para o desenvolvimento da 2ª fase. As avaliações individuais das peças serão consideradas e gerarão ajustes nas mesmas, objetivando a garantia do melhor entendimento da mensagem que o Governo Federal pretende passar à população.

José Bello
Diretor do Departamento de Publicidade
Fevereiro de 2017.

ANEXO V – Relatório Pós-teste – Campanha Reforma da Previdência – 2º Fase

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PÓS-TESTE				
AÇÃO	Campanha Reforma da Previdência – 2º Fase			
PERÍODO	12/02 a 03/07/2017			
INVESTIMENTO	R\$ 67.282.674,13			
AGÊNCIAS	Leo Burnett, Nova SB e Propeg			
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS				
<p>Em dezembro de 2016, o Governo Federal veiculou campanha publicitária que abordou a temática da reforma da previdência brasileira. As ações de comunicação tiveram o objetivo de sensibilizar a população para a necessidade da reforma e trataram a questão de forma didática e acessível, buscando sanar as principais dúvidas da sociedade.</p> <p>No entanto, dados de monitoramento das redes sociais no ambiente digital identificaram a permanência de questionamentos, por parte da população, no que tange o assunto, indicando a necessidade de novo esforço de comunicação. Diante do exposto, foi desenvolvida uma nova fase da Campanha Reforma da Previdência, que buscou responder as perguntas mais frequentes da sociedade, identificadas no citado monitoramento.</p> <p>O objetivo primordial dessa nova fase da campanha foi disseminar informações sobre o assunto, de forte interesse público, e estimular a participação da sociedade no seu debate, atendendo ao Princípio da Publicidade, que é assegurado pela Constituição 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 gerados pela segunda fase da Campanha Reforma da Previdência.

Foram realizados 12 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 A2, B e C, de ambos os sexos, das faixas etárias de 18 a 50 anos. Houve também um recorte específico de público composto por aposentados, trabalhadores rurais e beneficiários do BPC (Benefício de Prestação Continuada).

Principais resultados identificados pela pesquisa:

- O momento político que o País vem passando e a crise de representatividade dos parlamentares brasileiros afetam sobremaneira o impacto e a credibilidade da campanha. De forma geral, os entrevistados duvidam que a reforma da previdência trará benefícios à população, igualará regras e porá fim nos privilégios.

- Os participantes dos grupos se mostram indignados por acreditar que estão arcando com uma conta cuja origem é atribuída por eles à incapacidade administrativa do governo e à corrupção. Finalmente, aceitam a ideia da reforma, não pelos argumentos positivos, mas sob o receio dos benefícios serem descontinuados por falta de solvência da previdência.

- A avaliação dos entrevistados é fortemente impactada – o que já havia sido detectado na pesquisa de pós-teste da primeira fase da campanha Reforma da Previdência – pela opinião prévia de cada um sobre o tema. As peças publicitárias são assimiladas com base em todo o *background* que a pessoa tem sobre a previdência, formado, muitas vezes, por informações desencontradas, crenças e “achismos”.

- O fato da campanha ser significativamente extensa, contendo várias peças diferentes ao longo de sua duração também gera impactos na aferição de seus resultados, dado que não é possível garantir homogeneidade na avaliação. É perceptível que alguns materiais são bem assimilados, entendidos e geram mudança de percepção e outros não.

- É possível observar que os comerciais de TV acabam por se dividir em dois grupos no que diz respeito à avaliação: o primeiro, formado pelos filmes “O que é a Previdência”, “Benefícios (e Direitos)”, “Políticos e Funcionários Públicos” e “Mentiras (49 Anos)”, com uma abordagem mais pragmática e informativa, e o segundo, formado pelos filmes “Aposentados”, “BPC”, “Trabalhador Rural” e “Brasil Novo”, que possuem uma perspectiva de entendimento mais coletivo.

- Os comerciais do primeiro grupo, por esbarrarem mais diretamente nas crenças prévias dos entrevistados e, ao mesmo tempo, não conseguirem sanar todas as dúvidas, são mais difíceis

de serem internalizados. Esses materiais deixam ruídos de entendimento e não quebram convicções de modo a deixar a população mais favorável (ou bem informada) sobre a reforma.

- Já os filmes do segundo grupo, que possuem uma mensagem mais direta e objetiva, são assimilados sem o viés da interpretação pessoal e conseguem transmitir uma mensagem convergente para os diversos públicos. Os que utilizam personagens reais geram identificação e trazem realismo para o contexto. Ainda que não entrem nos pormenores da reforma, o tom mais emocional aproxima os diversos públicos, permitindo vencer resistências.

- De forma geral, as peças impressas (anúncios de jornal e revista) geram avaliações mais uniformes e propiciam um entendimento mais claro e completo da mensagem que se pretende passar. Alguns entrevistados avaliam que essas peças são mais claras, explicativas e profundas que os comerciais de TV. A única exceção é a peça gráfica “Mentiras”, que, assim como o filme, deixa ruídos e, por esse motivo, é rejeitada pelos entrevistados.

- As peças “Aposentados” e “Brasil Novo” atuam fortemente no sentido de mudar a percepção e mobilizar as pessoas em prol da reforma. Os filmes “Trabalhador Rural” e “BPC”, também atuam de forma positiva nesse sentido, mas como são dirigidos a públicos específicos, tem capacidade de mobilização mais restrita. As demais peças não conseguem provocar uma mudança de percepção de imediato, mas também não atuam de forma negativa, com exceção das peças “Políticos e Funcionários Públicos” e “Mentiras (49 Anos)” (incluindo o anúncio), que atuam negativamente, uma vez que a credibilidade de informação é colocada em xeque.

- No que diz respeito aos resultados sobre o aspecto “lembrança”, o instituto responsável pela pesquisa afirmou não serem conclusivos. Isso porque alguns entrevistados afirmam não ter visto os materiais, enquanto afirmam ter assistido um ou outro, mas sem certeza ou precisão nessa afirmação. Dentre os comerciais mais lembrados pelos participantes ou mencionados como “já assistidos” figuram os filmes “Aposentados”, “Brasil Novo” e “BPC”.

ALCANCE E FREQUÊNCIA DA MÍDIA

Pontos analisados	Planejado	Executado	Resultado
Alcance / Cobertura	84,14	84,14	100%
Frequência	6,02	6,2	100%

Padrão: atingir no mínimo 70% do alcance e frequência prevista no plano de mídia.

OBSERVAÇÕES:

A Campanha Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, realizada no período de janeiro a agosto de 2016, cumpriu os objetivos pré-estabelecidos na defesa de mídia.

Com base em simulação multimeios, com o esforço da mídia realizado nesta campanha, foi

possível gerar o alcance total de **84,14%** do *target*, considerando o universo do Ipsos/Marplan, gerando cerca de **193.884.000** de impactos no target AS ABCDE 18+.

Nesse sentido entendemos que a campanha cumpriu com seus objetivos, garantindo índices de cobertura e frequência dentro do padrão estabelecido.

CONCLUSÃO:

A avaliação ora apresentada confirma que o tema “Reforma da Previdência”, por seu escopo abrangente, sua forte relevância para toda a sociedade brasileira e por ser severamente influenciado pelo contexto político do Brasil, continua sendo um complexo desafio de comunicação para o Governo Federal.

Alguns formatos e caminhos criativos que haviam sido bem avaliados na primeira fase da campanha, repetidos agora, não tiveram o mesmo resultado. Ao mesmo tempo, novas soluções criativas e abordagens, experimentadas somente na segunda fase, acabaram por contribuir mais positivamente para o entendimento e assimilação da mensagem que o Governo Federal pretendia passar. Consta-se a enorme volatilidade da avaliação de campanha quando o assunto abordado é a reforma previdenciária, que é muito impactado pelos fatores externos à própria ação de comunicação, conforme já delineado anteriormente.

Nada obstante essa constatação, os esforços publicitários desenvolvidos até o momento para o tema “Previdência” geraram aprendizados e descortinaram alguns caminhos, que certamente serão considerados como insumos para o desenvolvimento de novas ações de comunicação do Poder Executivo Federal, quer seja dentro da mesma temática ou em outras questões que tenham similaridade com esse assunto.

José Bello

Diretor do Departamento de Publicidade

Alessandro Godinho

Diretor de Mídia

Julho de 2017

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PRÉ-TESTE				
AÇÃO	Campanha Reforma da Previdência – 3º Fase			
PERÍODO	A partir de maio de 2017			
INVESTIMENTO	Previsão - R\$ 25 milhões			
AGÊNCIA	Leo Burnett			
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS				
<p>Diante do agravamento da crise política que o Brasil vem vivendo nos últimos anos e de seu consequente impacto atrasando a votação pelo Congresso Nacional da proposta de reforma da previdência, a Leo Burnett, uma das agências de publicidade licitadas para atender a Secom, propôs, por iniciativa própria, um novo posicionamento para a comunicação de governo sobre a temática. A proposição apresentada foi avaliada como pertinente, considerando a importância do Governo Federal continuar a dialogar com a população brasileira sobre o assunto Previdência, reforçando a urgência das mudanças propostas, agora sob um novo enfoque.</p> <p>O conceito apresentado pela agência (O Brasil Não Pode Parar) busca tranquilizar a população nesse momento crítico vivido pelo País e corroborar a necessidade de dar continuidade ao processo de aprovação de medidas que retirem a economia brasileira do declínio e promovam a retomada do desenvolvimento. Trata-se de um conceito que afirma e assegura à população brasileira que, independente dos desdobramentos da crise política, o País continuará no caminho do crescimento.</p> <p>Ainda que com um novo conceito criativo, o objetivo da ação de comunicação ora proposta, assim como nas ações desenvolvidas anteriormente relativas à reforma da previdência, continua sendo disseminar informações sobre o sistema previdenciário brasileiro e as alterações propostas pelo governo, estimulando a participação da sociedade no debate da temática e atendendo ao Princípio da Publicidade, que é assegurado pela Constituição Federal.</p>				
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 pela Leo Burnett para o que poderá ser a 3ª fase da campanha “Reforma da Previdência”. Buscou-se identificar eventuais pontos a serem ajustados nas peças propostas, com vistas ao atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos.</p> <p>Foram realizados 6 grupos de discussão, em três capitais representativas do País, a saber: São Paulo, Recife e Porto Alegre. Os grupos contaram com representantes das classes sociais B2, C2 e C1, de ambos os sexos, das faixas etárias de 18 a 45 anos.</p> <p>Principais resultados identificados pela pesquisa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De forma geral, os objetivos comunicacionais são atingidos em todas as áreas de abordagem avaliadas na pesquisa. A campanha é bem recebida pelos entrevistados, cujo tema é considerado relevante e importante para ser comunicado. Houve compreensão da mensagem e internalização do discurso. A linguagem empregada foi bem assimilada no contexto geral, com termos sendo avaliados como de fácil compreensão. - Os entrevistados relatam entender a necessidade da reforma, mas questionam como ela será feita. Embora haja um sentimento de ceticismo elevado em relação ao Governo Federal, o conteúdo apresentado não foi avaliado como possuindo baixa credibilidade. No entanto, a demanda por mais esclarecimentos e informações está diretamente ligada ao descrédito do governo e à perceptível descrença da população na política atual. - Por se tratar de um assunto com relevância para a vida de todos, o conteúdo gera sentimento de envolvimento e pertencimento ao processo. Alguns entrevistados manifestaram sentimentos positivos por reconhecerem o esforço feito pelo Governo Federal em empreender reformas necessárias ao País. O que pode realmente comprometer o engajamento da campanha é a descrença na classe política brasileira. - A frase-conceito “O Brasil Não Pode Parar” foi muito bem aceita e considerada impactante. As posturas e características dos personagens foram bem avaliadas. O artifício criativo utilizado para chamar atenção - trechos “o assunto que eu tenho pra falar com você é sério”, no filme, e “eu agora vou falar sério com você”, no spot – foi considerado eficiente, por cumprir seu propósito. - O único óbice, especificamente sobre um dos anúncios, é que, embora os entrevistados entendam que algumas classes de trabalhadores devam ser tratadas com suas respectivas particularidades, muitos tiveram a percepção de que não houve a inclusão do trabalhador comum, que representa a grande parcela da população no contexto da campanha. De toda forma, por 				

serem consideradas informações estratégicas para esse momento da comunicação sobre o tema previdência, a ênfase desse assunto deverá ser mantida. Considera-se que, caso tenham interesse em obter mais informações sobre o assunto, as pessoas as buscarão no site que está citado em todas as peças.

CONCLUSÃO:

Diante da avaliação apresentada pelo instituto responsável pela pesquisa de pré-teste, considera-se assertiva a opção por desenvolver a 3ª fase da campanha Reforma da Previdência, tal como proposto pela agência Leo Burnett.

José Bello

Diretor do Departamento de Publicidade

Maio de 2017.

ANEXO VII – Relatório Pós-teste – Campanha Reforma da Previdência – 3º Fase

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PÓS-TESTE				
AÇÃO	Campanha Reforma da Previdência – 3º Fase			
PERÍODO	30.05 a 15.07.2017			
INVESTIMENTO	R\$ 24.505.909,48			
AGÊNCIAS	Leo Burnett			
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS				
<p>Diante do agravamento da crise política que o Brasil vem vivendo nos últimos anos e de seu consequente impacto atrasando a votação pelo Congresso Nacional da proposta de reforma da previdência, a Leo Burnett, uma das agências de publicidade licitadas para atender a Secom, propôs, por iniciativa própria, um novo posicionamento para a comunicação de governo sobre a temática. A proposição apresentada foi avaliada como pertinente, considerando a importância do Governo Federal continuar a dialogar com a população brasileira sobre o assunto Previdência, reforçando a urgência das mudanças propostas, agora sob um novo enfoque.</p> <p>O conceito apresentado pela agência (O Brasil Não Pode Parar) buscou tranquilizar a população nesse momento crítico vivido pelo País e corroborar a necessidade de dar continuidade ao processo de aprovação de medidas que retirem a economia brasileira do declínio e promovam a retomada do desenvolvimento. Trata-se de um conceito que afirma e assegura à população brasileira que, independente dos desdobramentos da crise política, o País continuará no caminho do crescimento.</p> <p>Ainda que com um novo conceito criativo, o objetivo da ação de comunicação desenvolvida, assim como nas ações executadas anteriormente relativas à reforma da previdência, continuou sendo disseminar informações sobre o sistema previdenciário brasileiro e as alterações propostas pelo governo, estimulando a participação da sociedade no debate da temática e atendendo ao Princípio da Publicidade, que é assegurado pela Constituição 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:				
<p>A pesquisa qualitativa de pós-teste teve como objetivo identificar o entendimento, a assimilação, a lembrança e a mudança de percepção gerados pela terceira fase da Campanha Reforma da Previdência.</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. Foram selecionados representantes das classes sociais A2, B e C, de ambos os sexos, das faixas etárias de 18 a 50 anos.</p> <p>Principais resultados identificados pela pesquisa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De forma geral, a campanha foi considerada positiva e relevante pelos entrevistados. No entanto, alguns participantes ressentem-se pela necessidade de receberem informações mais concretas sobre os impactos da reforma. - Houve compreensão e retenção da mensagem. A lógica da necessidade da reforma previdenciária já foi internalizada e a maior parte dos entrevistados considera as mudanças algo “dolorido”, mas inevitável e, portanto, acaba apoiando a proposta. - A linguagem utilizada, considerada clara, objetiva e de fácil compreensão, foi apreciada pelos entrevistados, tendo sido bem assimilada no contexto geral. No spot, a narração do endereço do site agradou porque chamou atenção para o local onde as pessoas podem obter mais informações sobre o assunto. Por outro lado, alguns participantes consideraram o tom da peça de rádio um pouco alarmista, o que gerou sentimentos de angústia e medo. - Na avaliação dos entrevistados, os anúncios foram considerados como contendo dados mais concretos e detalhados sobre a reforma da previdência, o que foi muito bem avaliado pelos entrevistados. No entanto, alguns participantes verbalizaram que gostariam de ter mais informações sobre o impacto das mudanças na vida dos trabalhadores da iniciativa privada, e não apenas nas das categorias citadas nas peças avaliadas. - No quesito “lembrança”, em todas as praças havia entrevistados que afirmavam ter visto o filme e ouvido o spot e outros que diziam não ter sido impactados por essas peças. Quanto às peças impressas, poucas pessoas lembram de ter visto os anúncios da campanha. - No que diz respeito aos resultados sobre o aspecto de “mudança de percepção”, não é possível afirmar que o mesmo ocorra, no entanto avalia-se que as peças criaram alguma favorabilidade ao assunto, despertando o interesse das pessoas em obterem mais informações sobre o tema. 				

ALCANCE E FREQUÊNCIA DA MÍDIA – ETAPA – 3 Nacional			
Pontos analisados	Planejado	Executado	Resultado
Alcance / Cobertura	82,13	81,89	100%
Frequência	14,45	14,29	100%
Padrão: atingir no mínimo 70% do alcance e frequência prevista no plano de mídia.			
OBSERVAÇÕES:			
<p>A etapa 3, realizada no período de maio e junho de 2017, cumpriu os objetivos pré-estabelecidos na defesa de mídia, com o esforço realizado nesta campanha foi possível geral o alcance total de 81,89% do <i>target</i>, com frequência de mais 14 vezes. Nesse sentido entendemos que a campanha cumpriu com seus objetivos, garantindo índices de cobertura e frequência dentro do padrão estabelecido pelo mercado publicitário, bem como, sua execução cumpriu os parâmetros atribuídos a este quisito.</p>			
CONCLUSÃO:			
<p>A avaliação da terceira fase da campanha “Reforma da Previdência” reafirma a complexidade do tema e a necessidade ainda presente da população em obter informações qualificadas sobre o assunto. Ainda assim, os esforços publicitários desenvolvidos pelo Governo Federal até o momento são considerados exitosos, entendendo que a publicidade tem a tarefa de estimular o interesse do cidadão brasileiro pelo assunto e indicar o local onde podem ser obtidos dados oficiais sobre a proposta de mudança que está sendo discutida. Seria equivocado julgar que essa ferramenta de comunicação tem a capacidade de abranger toda a envergadura da discussão previdenciária brasileira. Ao avaliar os resultados apresentados, é necessário considerar as limitações das peças de comunicação (tamanho, espaço disponível, etc.) e também do recurso disponível para sua veiculação.</p>			

José Bello

Diretor do Departamento de Publicidade

Alessandro Godinho

Diretor de Mídia

Agosto de 2017

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PRÉ-TESTE	
AÇÃO	Campanha Reforma da Previdência – 4º Fase
PERÍODO	A partir de novembro de 2017
INVESTIMENTO	Previsão - R\$ 25 milhões
AGÊNCIA	Calia, PPR/NBS e Artplan
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	
<p>Em dezembro de 2016, o Governo Federal veiculou campanha publicitária que abordou a temática da Reforma da Previdência brasileira. As ações de comunicação tiveram o objetivo de sensibilizar a população para a necessidade da reforma e trataram a questão de forma didática e acessível, buscando sanar as principais dúvidas da sociedade.</p> <p>A partir de fevereiro de 2017, uma nova fase da Campanha Reforma da Previdência foi desenvolvida, buscando responder as perguntas mais frequentes da sociedade em relação ao tema, identificadas por meio de monitoramento das redes sociais.</p> <p>Em abril de 2017, considerando que a discussão sobre o tema Reforma da Previdência ganhou novo vulto na sociedade com a proximidade da votação do projeto pelo Congresso Nacional, foi veiculada nova campanha publicitária de que buscou aproveitar a oportunidade e desenvolver ação publicitária de caráter conceitual com o objetivo estabelecer uma relação entre momentos históricos do país em que fomos confrontados com uma grande novidade.</p> <p>Nos últimos meses, o Governo conseguiu adotar reformas e ações importantes que estão fazendo com que o país volte a crescer: os preços baixaram, a inflação e os juros caíram, e os empregos estão voltando, enfim, que o país está no caminho certo.</p> <p>Agora, volta à pauta governamental e é colocado como essencial para melhorar a administração dos recursos públicos. É preciso aprovar no Congresso Nacional a Reforma da Previdência, para garantir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ mais oportunidades para todos e menos privilégios, e ✓ a aposentadoria, hoje e no futuro. <p>Em recente entrevista, o Presidente da República citou que a proposta do governo quer acabar com privilégios e garantir renda a quem realmente precisa:</p>	

“É por isso que precisamos e estamos buscando o empenho de todos, Congresso Nacional, sociedade, para fazer uma reforma justa que promova o desenvolvimento do Brasil para os próximos anos” (Presidente Michel Temer).

O Governo pretende assegurar no Congresso dois pontos fundamentais da proposta: a fixação de uma idade mínima para a aposentadoria e a unificação das regras dos servidores públicos e dos trabalhadores da iniciativa privada.

Objetivos de comunicação:

- Combater a desinformação a respeito da proposta de Reforma da Previdência.
- Esclarecer que a proposta do governo quer acabar com privilégios e garantir renda a quem realmente precisa.
- Evidenciar que a Reforma da Previdência não retira nenhum direito do cidadão, despertando o interesse da sociedade em conhecer e discutir a proposta, com vistas a desmistificar ideias pré-concebidas.

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 da campanha para o que poderá ser a 4ª Fase da campanha “Reforma da Previdência”. Buscou-se identificar eventuais pontos a serem ajustados nas peças propostas, com vistas ao atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos.

Foram realizados 4 grupos de discussão, em três capitais representativas do País: São Paulo, Rio de Janeiro e Recife. Os grupos contaram com representantes das classes econômicas B e C, de ambos os sexos, das faixas etárias de 18 a 60 anos.

Principais resultados identificados pela pesquisa:

- De forma geral, os objetivos de comunicação são atingidos em todas as áreas de abordagem avaliadas na pesquisa. Houve compreensão da mensagem e internalização do discurso. A linguagem empregada foi bem assimilada no contexto geral, com termos de fácil compreensão.

Os entrevistados relataram entender a necessidade da Reforma da Previdência, porém questionaram como ela será feita.

Por se tratar de um assunto de relevância para sociedade brasileira, o conteúdo gera sentimento de envolvimento e pertencimento ao processo. Alguns entrevistados manifestaram sentimentos positivos. O que pode realmente comprometer o engajamento da campanha é a descrença em relação cenário político brasileiro.

Para grande parte dos entrevistados o material apresentado cumpre o objetivo de comunicação e desperta sentimentos positivos aumentando a compreensão sobre o assunto.

A frase-conceito “Reforma da previdência. Contra os privilégios. A favor da igualdade” foi bem avaliada pelos entrevistados porque direciona a algo percebido como necessário. Porém, é importante destacar que há grande ceticismo em relação a isso.

Considera-se que, caso tenham interesse em obter mais informações sobre o assunto, as pessoas as buscarão no site que está citado em todas as peças.

CONCLUSÃO:

Diante da avaliação apresentada pelo instituto responsável pela pesquisa de pré-teste, considera-se assertiva a opção de se desenvolver a 4ª fase da campanha Reforma da Previdência.

José Bello

Diretor do Departamento de Publicidade

Novembro de 2017.

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PÓS-TESTE	
AÇÃO	Campanha Reforma da Previdência – 4º Fase
PERÍODO	17/11 a 22/12/2017
INVESTIMENTO	R\$ 45.211.077,04
AGÊNCIAS	Calia, PPR/NBS e Artplan
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	
<ul style="list-style-type: none"> – Em dezembro de 2016, o Governo Federal veiculou campanha publicitária que abordou a temática da Reforma da Previdência brasileira. As ações de comunicação tiveram o objetivo de sensibilizar a população para a necessidade da reforma e trataram a questão de forma didática e acessível, buscando sanar as principais dúvidas da sociedade. – A partir de fevereiro de 2017, uma nova fase da Campanha Reforma da Previdência foi desenvolvida, buscando responder as perguntas mais frequentes da sociedade em relação ao tema, identificadas por meio de monitoramento das redes sociais. – Em abril de 2017, considerando que a discussão sobre o tema Reforma da Previdência ganhou novo vulto na sociedade com a proximidade da votação do projeto pelo Congresso Nacional, foi veiculada nova campanha publicitária de que buscou aproveitar a oportunidade e desenvolver ação publicitária de caráter conceitual com o objetivo estabelecer uma relação entre momentos históricos do país em que fomos confrontados com uma grande novidade. – Nos últimos meses, o Governo conseguiu adotar reformas e ações importantes que estão fazendo com que o país volte a crescer: os preços baixaram, a inflação e os juros caíram, e os empregos estão voltando, enfim, que o país está no caminho certo. – Agora, volta à pauta governamental e é colocado como essencial para melhorar a administração dos recursos públicos. É preciso aprovar no Congresso Nacional a Reforma da Previdência, para garantir: <ul style="list-style-type: none"> - mais oportunidades para todos e menos privilégios, e - a aposentadoria, hoje e no futuro. – Em recente entrevista, o Presidente da República citou que a proposta do governo quer acabar com privilégios e garantir renda a quem realmente precisa: <p style="text-align: center;"><i>É por isso que precisamos e estamos buscando o empenho de todos, Congresso Nacional, sociedade, para fazer uma reforma justa que promova o</i></p> 	

desenvolvimento do Brasil para os próximos anos (Presidente Michel Temer).

O Governo pretende assegurar no Congresso dois pontos fundamentais da proposta: a fixação de uma idade mínima para a aposentadoria e a unificação das regras dos servidores públicos e dos trabalhadores da iniciativa privada.

Os objetivos são:

- Combater a desinformação a respeito da proposta de Reforma da Previdência.
- Esclarecer que a proposta do governo quer acabar com privilégios e garantir renda a quem realmente precisa.
- Evidenciar que a Reforma da Previdência não retira nenhum direito do cidadão, despertando o interesse da sociedade em conhecer e discutir a proposta, com vistas a desmistificar ideias pré-concebidas.

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 gerada pela quarta fase da Campanha da Reforma da Previdência.

No estudo qualitativo foi utilizada a abordagem de grupo de discussão. Foram realizados 15 grupos de discussão, em cinco capitais representativas das regiões Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste e Sul, a saber: Rio de Janeiro, São Paulo, Recife Brasília e Porto Alegre. Foram selecionados representantes das classes econômicas A/B/C (Critério Brasil) de ambos os sexos, das faixas etárias de 18 a 50 anos, totalizando 8 entrevistados por grupo.

Principais resultados identificados pela pesquisa:

- O momento político que o País vem passando e as crises de representatividade dos parlamentares brasileiros afetam a credibilidade da campanha.
- As peças publicitárias de modo geral foram bem assimiladas na compreensão da mensagem e

internalização do discurso. A quantidade de entrevistados afirmou ter visto e/ou ouvido pelo menos um dos materiais (em todo o conjunto) apresentados antes desse estudo. Relataram compreender melhor o assunto após o contato com os materiais, bem como perceberam a necessidade de adquirir mais informações sobre o assunto.

- Os participantes dos grupos relataram entender a necessidade da campanha da Reforma da Previdência, porém ainda questionam como será feita. A maioria aceita que a Reforma da Previdência é uma necessidade inquestionável e as dúvidas e questionamentos apontados são em relação a como essa Reforma será feita e não sobre a sua necessidade.

- Em relação aos áudios o formato de perguntas e respostas foi considerado bem abrangente e esclarecedor pela maioria dos entrevistados, embora haja outras dúvidas, os áudios apresentados esclarecem as principais. A linguagem coloquial empregada em o formato de diálogo foi bem compreendida pelos entrevistados.

- Em relação às peças impressas as informações reforçam as mensagens dos vídeos e áudios apresentados.

- A iniciativa de veiculação dessas informações foi bem avaliada, pois despertou interesse e curiosidade sobre o assunto, uma vez que impacta diretamente a vida da população brasileira.

PROGRAMAÇÃO EM TV

ALCANCE E FREQUÊNCIA DA MÍDIA

Pontos analisados	Planejado	Executado	Resultado
Alcance / Cobertura	80,80%	77,92%	96,43%
Frequência	8	7	87,5%

Padrão: atingir no mínimo 70% do alcance e frequência prevista no plano de mídia.

OBSERVAÇÕES:

A avaliação de alcance e frequência para a programação de TV da campanha Reforma da Previdência – Fase 4 se manteve dentro dos parâmetros de avaliação de efetividade comparada com o planejamento e sua execução.

PROGRAMAÇÃO EM INTERNET

ALCANCE E FREQUÊNCIA DA MÍDIA

Pontos analisados	Planejado	Executado	Resultado
Alcance / Cobertura	6,71%	6,48%	96,57%
Frequência	2,2	2,3	104,54

Padrão: atingir no mínimo 70% do alcance e frequência prevista no plano de mídia.

OBSERVAÇÕES:

A avaliação de alcance e frequência para a programação em Internet da campanha Reforma da Previdência – Fase 4 se manteve dentro dos parâmetros de avaliação de efetividade comparada com o planejamento e sua execução. Ressalta-se um incremento da frequência resultante das bonificações realizadas pelos veículos e das oscilações do volume de audiência da Internet no período de campanha.

CONCLUSÃO:

A avaliação apresentada confirma que o tema “Reforma da Previdência” por seu escopo abrangente, sua forte relevância para toda a sociedade brasileira continua sendo um desafio de comunicação para o Governo Federal.

Alguns formatos e linhas criativas foram mais bem avaliados nessa fase da campanha. A abordagem e a linguagem coloquial tratada nessa fase reforçaram e contribuíram positivamente para o entendimento e assimilação da mensagem que o Governo Federal pretendia passar.

Os esforços publicitários desenvolvidos até o momento para o tema “Previdência” geraram aprendizados importantes para o desenvolvimento de novas ações do Governo Federal.

Gislaine Passador Bittencourt de Sa
Diretora de Publicidade – Substituta

Luiz Antonio Oliveira Alves
Diretor de Mídia – Substituto

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PRÉ-TESTE	
AÇÃO	Campanha Avançar
PERÍODO	A partir de 01 de novembro de 2017.
INVESTIMENTO	Previsão - R\$ 20 milhões
AGÊNCIA	CALIA Y2
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	
<p>Em meio a retomada do crescimento econômico, o governo federal lançou em 09/11/2017, o Programa Avançar, que irá alavancar o setor de infraestrutura e promover investimentos no País. Com um orçamento de mais de R\$ 130 bilhões até 2018, a iniciativa prioriza 7.439 obras. Os projetos terão investimentos do Orçamento Geral da União (OGU), do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) e empresas estatais.</p> <p>O programa está dividido em três eixos: Avançar, com um orçamento público de mais de R\$ 42 bilhões e uma carteira de projetos com mais de 6 mil empreendimentos; Avançar Cidades, com quase R\$ 30 bilhões de financiamento em mais de 1.100 projetos; e Avançar Energia, com investimentos de mais de R\$ 58 bilhões e 97 projetos. São obras estruturantes nas áreas de saúde, educação, transporte, saneamento, esporte, cultura, defesa, comunicações, energia e habitação, que fortalecerão as infraestruturas econômica e urbana do país.</p> <p>Para melhorar as rodovias do País, por exemplo, o Avançar promoverá 511 km de duplicação de estradas, mais de 52 mil km de recuperação e manutenção e 970 km de novos trechos.</p> <p>A infraestrutura aérea também receberá investimentos do governo. Serão 43 empreendimentos distribuídos em 36 aeroportos, sendo 9 em capitais e 27 em aeroportos regionais. São ações como recuperação de pistas, compras de equipamentos e ampliações de estruturas, de forma a ampliar a capacidade e a segurança dos aeroportos nacionais.</p> <p>Os recursos direcionados às obras de construção e recuperação da infraestrutura portuária ampliarão a capacidade dos portos Brasileiros. Serão 11 intervenções de diversos tipos, sendo 8 de construção e reforço de berços e cais, além de 3 de aumento e manutenção da profundidade de navegação, o que vai possibilitar os portos a receber embarcações maiores. Ainda em transportes, serão construídos 898 quilômetros de ferrovias e 6 portos fluviais, além de correção de leito, sinalização e recuperação e manutenção de 5 trechos hidroviários.</p> <p>As obras sociais beneficiarão milhões de famílias. Serão 800 mil novas contratações de unidades habitacionais por meio do Minha Casa, Minha Vida, sendo que 150 mil para a faixa 1 (renda até R\$ 1,8 mil), e outras 650 mil para a faixa 2 (renda de até R\$ 4 mil), financiados pelo Fundo de Garantia</p>	

do Tempo de Serviço (FGTS) e subvenção com participação de recursos do Orçamento Geral da União (OGU).

Para assegurar a qualidade de vida dos brasileiros, serão construídos mais de mil quilômetros de adutoras e canais. As obras de saneamento/drenagem beneficiarão 1,7 milhão de pessoas. Em contenção de encostas, 11 obras irão dar mais segurança à população.

O programa também contemplará Centros de Artes e Esportes Unificados (CEU), creches, Centros de Iniciação ao Esporte, Unidades Básicas de Saúde, Unidades de Pronto Atendimento (UPA), recuperação de cidades históricas e ampliará a infraestrutura turística do País.

Cada cidadão poderá ser um fiscal e cobrar resultados. O Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, em parceria com o Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa em Engenharia (COPPE/UFRJ), desenvolveu um aplicativo e website (www.avançar.gov.br) com o objetivo de ampliar a transparência das ações do programa permitindo o acompanhamento das ações pelos cidadãos.

Assim, em observância ao Manual de Procedimento de Ações de Publicidade, a proposta apresentada pela agência CALIA foi submetida a pré-teste com o objetivo de avaliar aspectos como adequação, entendimento e assimilação da mensagem da campanha, cujo resultado poderá orientar ajustes nas peças, se for o caso.

Como tínhamos três propostas para o filme, elas foram avaliadas separadamente.

Perfil dos Grupos Focais

Faixa etária: 18 a 30 anos e 31 a 50 anos.

Classe Social: AB e C.

Cidade: São Paulo.

AVANÇAR 1

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		
Credibilidade		X		

OBSERVAÇÕES:

- ✓ Participantes entenderam que o filme emite uma mensagem de que as iniciativas governamentais que estavam paradas voltaram a andar;
- ✓ A menção final ao Governo Federal afeta a credibilidade do filme de forma negativa, uma vez que os participantes fazem associação a escândalos de corrupção e aspectos que justificariam avaliações negativas do governo. Entretanto, consideram que a mensagem é digna de voto de confiança;
- ✓ O filme provoca o desejo de se informar mais sobre as ações do Governo Federal, estimulado pela expectativa positiva de que algumas melhorias retratadas já são sentidas pela população. Reconhecem que tratam de melhorias que não se concretizarão rapidamente, mas enfatizam que o mais importante é que elas estejam em desenvolvimento.

CONCLUSÃO:

O filme tem alguns aspectos positivos:

- ✓ Os trechos de jornal com informações de fontes confiáveis;
- ✓ Superação da crise;
- ✓ Melhoria da Economia: inflação diminuindo, juros caindo e mais oportunidades de emprego;
- ✓ As imagens mostram obras sendo realizadas ou finalizadas;
- ✓ Passa segurança de que terá verba e prazo pra realizar as obras;
- ✓ Governo mais organizado e transparente.

E alguns negativos:

- ✓ Certo exagero que dá impressão de ilusão e falsa expectativa;
- ✓ Recall de padrão eleitoral de vídeos que remetem à ideia de promessas não cumpridas;
- ✓ Ênfase em culpar governo anterior, enquanto deveria focar no atual;
- ✓ Faltou foco em ações concretas do presente;
- ✓ Faltou legenda nas obras.

Sugestões:

- Falar de prazos e comprometimentos;
- Estender o tempo em que as mensagens escritas aparecem;
- Inserir legenda nas obras;
- Necessidade de pontuar em quanto tempo essas obras serão realizadas.

AVANÇAR 2				
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	
Credibilidade			X	
OBSERVAÇÕES:				
<ul style="list-style-type: none"> ✓ O formato do vídeo facilitou a assimilação da mensagem. Acreditam que o Governo Federal teve a intenção de mostrar realizações de grande impacto, destacando-se a liberação do FGTS. Entendem que há a intenção do Governo de demonstrar que sua continuidade significa a concretização de melhorias que tiveram início, mas não foram totalmente consolidadas. Percebem que a ideia é colocar um ponto final nos acontecimentos negativos e avançar daqui para frente; ✓ O formato da peça que destaca situações cotidianas e pessoas trabalhando contribuiu positivamente. O aspecto mais pessoal deu impressão de que o filme fala mais diretamente com a população; ✓ A informação sobre as melhorias através do retrato de situações cotidianas proporcionou forte identificação com o filme e reconhecimento de que o país superou os momentos de crise mais aguda. O sentimento relatado foi de otimismo, estimulado pela adequação da mensagem ao anseio por melhoras nas condições de vida e do país. Nesse sentido, a ideia de avançar, da forma que foi retratada neste filme, combinou a importância de se pensar no futuro com a necessidade de se demonstrar resultados do presente. <p>Sugestões:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colocar notícia de jornal no fundo; ✓ Exibir números oficiais sobre as informações; ✓ Inserir uma família nas situações cotidianas; ✓ Explorar mais a liberação do FGTS. 				

CONCLUSÃO:

O filme tem mais aspectos positivos do que negativos.

Aspectos positivos:

- ✓ Retrata fatos que podem ser comprovados, que são presenciados pelos participantes;
- ✓ Estabilização da Economia: queda da inflação e aumento do emprego
- ✓ Liberação do FGTS;
- ✓ Simples e natural, retratando perfil comum das pessoas: situações cotidianas, pessoas trabalhando;
- ✓ Mostrou números e dados verdadeiros.

E alguns negativos:

- ✓ Muita ênfase ao emprego;
- ✓ Deveria falar de outras melhorias (educação, saúde etc;)
- ✓ Faltou informações mais específicas sobre as obra.

AVANÇAR 3**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			
Credibilidade	X			

OBSERVAÇÕES:

- ✓ Não entenderam como mensagem de união nacional e promoção de um novo momento do país, sendo uma força motivadora para se separar do passado e avançar. Antes, perceberam como tentativa de explorar a imagem positiva da população a favor dos políticos. Entenderam que a intenção do Governo foi de associar a sua imagem a características positivamente valorizadas do povo brasileiro. Acham que a mensagem quer passar uma falsa ideia de que tudo já estaria melhor, no intuito de ocultar a relação do atual governo com o anterior;
- ✓ A rejeição ao formato prejudicou a avaliação e comprometeu a confiança no filme. Isso a ponto de passarem a negar as melhorias, que foram reconhecidas nos outros vídeos. O estilo considerado eleitoral, a ênfase em ideais e o distanciamento da realidade cotidiana geraram desconfiança e minaram a credibilidade.

- ✓ As pessoas não se reconheceram na peça e acreditaram que se trata de uma iniciativa para segmentos restritos da população: pessoas mais jovens e grupos que, apesar da crise, desfrutam de melhores condições de vida. Reconhecem, entretanto, que o filme veicula elementos que retratam necessidades gerais do país, como a união entre os brasileiros e a decisão de seguir em frente. Esses fatores são capazes de gerar identificação com a mensagem.

Sugestões:

- ✓ Inserir pessoas de verdade, com depoimentos;
- ✓ Mostrar uma situação mais próxima da realidade.

CONCLUSÃO:

O filme tem mais aspectos negativos do que positivos.

Aspectos positivos:

- ✓ Passa a proposta de expectativa de melhora;
- ✓ Sentimento de união;
- ✓ Sensação de protagonismo das pessoas.

Negativos:

- ✓ Vago, sem objetividade e clareza: não dá fontes de informação;
- ✓ Não mostra elementos da realidade, ignorando dificuldades reais e retratando apenas ideais;
- ✓ Artificial, similar a comercial de margarina: todo mundo rindo e feliz;
- ✓ Formato eleitoral que lembra propagandas do PT;
- ✓ Faltam pessoas reais em situações comuns da vida: trabalho, casa, escola;
- ✓ “Tamo junto”: descolado da realidade e excessivamente informal.

CONCLUSÃO GERAL:

- ✓ Expressão “Agora é avançar” teve excelente receptividade, despertando otimismo. Compartilham da ideia de que o momento é de ir em frente.
- ✓ Participantes preferem formato do segundo vídeo e forma de divulgar informações (dados e fontes) do primeiro.
- ✓ Terceiro vídeo foi fortemente rejeitado.

O primeiro filme tem aspectos positivos e com algumas adequações pode ser aproveitado.

Já o segundo filme teve uma recepção melhor e é considerado adequado em vários aspectos: assimilação, entendimento, adequação, envolvimento/receptividade e credibilidade.

O terceiro filme foi recusado. Os aspectos negativos foram muito fortes e superaram os positivos.

Dessa forma, escolhemos o segundo filme devido aos aspectos levantados pelos participantes da pesquisa.

José Bello

Diretor do Departamento de Publicidade

Novembro de 2017

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PÓS-TESTE	
AÇÃO	20170062 – Campanha Programa Avançar (lançamento)
PERÍODO	A partir de 01 de novembro de 2017.
INVESTIMENTO	R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões)
AGÊNCIAS	Calia
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	
<p>Em meio a retomada do crescimento econômico, o governo federal lançou, na quinta-feira (09/11), o Programa Avançar, que irá alavancar o setor de infraestrutura e promover investimentos no País. Com um orçamento de mais de R\$ 130 bilhões até 2018, a iniciativa prioriza 7.439 obras. Os projetos terão investimentos do Orçamento Geral da União (OGU), do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) e empresas estatais.</p> <p>O programa está dividido em três eixos: Avançar, com um orçamento público de mais de R\$ 42 bilhões e uma carteira de projetos com mais de 6 mil empreendimentos; Avançar Cidades, com quase R\$ 30 bilhões de financiamento em mais de 1.100 projetos; e Avançar Energia, com investimentos de mais de R\$ 58 bilhões e 97 projetos. São obras estruturantes nas áreas de saúde, educação, transporte, saneamento, esporte, cultura, defesa, comunicações, energia e habitação, que fortalecerão as infraestruturas econômica e urbana do país.</p> <p>Para melhorar as rodovias do País, por exemplo, o Avançar promoverá 511 km de duplicação de estradas, mais de 52 mil km de recuperação e manutenção e 970 km de novos trechos.</p> <p>A infraestrutura aérea também receberá investimentos do governo. Serão 43 empreendimentos distribuídos em 36 aeroportos, sendo 9 em capitais e 27 em aeroportos regionais. São ações como recuperação de pistas, compras de equipamentos e ampliações de estruturas, de forma a ampliar a capacidade e a segurança dos aeroportos nacionais.</p> <p>Os recursos direcionados às obras de construção e recuperação da infraestrutura portuária ampliarão a capacidade dos portos Brasileiros. Serão 11 intervenções de diversos tipos, sendo 8 de construção e reforço de berços e cais, além de 3 de aumento e manutenção da profundidade de navegação, o que vai possibilitar os portos a receber embarcações maiores. Ainda em transportes, serão construídos 898 quilômetros de ferrovias e 6 portos fluviais, além de correção de leito, sinalização e recuperação e manutenção de 5 trechos hidroviários.</p> <p>As obras sociais beneficiarão milhões de famílias. Serão 800 mil novas contratações de unidades habitacionais por meio do Minha Casa, Minha Vida, sendo que 150 mil para a faixa 1 (renda até R\$ 1,8 mil), e outras 650 mil para a faixa 2 (renda de até R\$ 4 mil), financiados pelo Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) e subvenção com participação de recursos do Orçamento Geral da União (OGU).</p>	

Para assegurar a qualidade de vida dos brasileiros, serão construídos mais de mil quilômetros de adutoras e canais. As obras de saneamento/drenagem beneficiarão 1,7 milhão de pessoas. Em contenção de encostas, 11 obras irão dar mais segurança à população.

O programa também contemplará Centros de Artes e Esportes Unificados (CEU), creches, Centros de Iniciação ao Esporte, Unidades Básicas de Saúde, Unidades de Pronto Atendimento (UPA), recuperação de cidades históricas e ampliará a infraestrutura turística do País.

Cada cidadão poderá ser um fiscal e cobrar resultados. O Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, em parceria com o Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa em Engenharia (COPPE/UFRJ), desenvolveu um aplicativo e website (www.avançar.gov.br) com o objetivo de ampliar a transparência das ações do programa permitindo o acompanhamento das ações pelos cidadãos.

Assim, em observância ao Manual de Procedimento de Ações de Publicidade, a campanha, desenvolvida pela agência CALIA foi submetida a Pós-Teste com o objetivo de avaliar aspectos como entendimento, assimilação, lembrança e mudança de percepção.

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, gerados pela campanha de lançamento do Programa Avançar.

Foram realizados 12 grupos de discussão de 23 de fevereiro a 02 de março de 2018, em São Paulo, Recife, Brasília e Porto Alegre. Foram selecionados representantes das classes sociais A, B e C, de ambos os sexos, das faixas etárias de 18 a 50 anos. Foram avaliadas as seguintes peças: Filme de 60", Spot de 60" e Anúncio.

Principais resultados identificados pela pesquisa:

- No quesito lembrança - Em todas as praças havia entrevistados que tinham visto e que não tinham visto o filme de 60" e o spot de 60", já o anúncio, na maioria das praças os entrevistados não tinham visto o impresso.

- Assimilação: De modo geral, houve compreensão da mensagem e internalização do discurso nas três peças. No filme de 60" é importante destacar que os entrevistados entendem a lógica do discurso de que o Brasil passou por momentos difíceis, mas que agora está iniciando um novo contexto. Eles visualizam que existe um movimento positivo para a melhora do País. No spot de 60", os entrevistados relatam ser sensibilizados pela entonação e voz do locutor, no entanto faltam informações reais e palpáveis. O impresso foi considerado o material mais efetivo e de maior credibilidade, comparado aos demais.

- Entendimento: No filme de 60", a linguagem do narrador foi bem assimilada no contexto geral. A linguagem coloquial empregada no spot de 60" foi bem compreendida pelos entrevistados e o formato do impresso também.

- Mudança de Percepção: O vídeo apresentado impactou a maioria dos entrevistados por trazer informações desejadas, como a retomada de obras paradas, conseqüente geração de empregos e queda na inflação. O spot impacta grande parte dos entrevistados porque traz informações de forma clara sem a interferência de imagens. O impresso foi considerado bastante persuasivo, pois apresenta mais informações detalhadas, além disso, a indicação do site avançar.gov.br foi bem avaliada pois permite ao leitor aprofundar o assunto.

Os principais sentimentos positivos em relação aos materiais apresentados nas 04 praças foram: esperança, entusiasmo, otimismo, credibilidade, satisfação, curiosidade, confiança e felicidade. Já os negativos foram: desconfiança, frustração, raiva, indiferença, dúvida e indignação. Parte considerável dos entrevistados mudaram seus sentimentos de angústia para esperança, no entanto é importante ressaltar o ceticismo de alguns entrevistados.

ALCANCE E FREQUÊNCIA DA MÍDIA

Pontos analisados	Planejado	Executado	Resultado
Alcance / Cobertura	59,91	59,91	100%
Frequência	3,26	3,26	100%

Padrão: Padrão: atingir no mínimo 70% do alcance e frequência prevista no plano de mídia.

OBSERVAÇÕES:

A campanha Avançar, realizada no período de 10 de novembro de 2017 a 31 de janeiro de 2018, cumpriu adequadamente aos objetivos de mídia previamente estabelecidos.

Com base em simulação de audiência de TV, com o esforço da mídia realizado nesta campanha, foi possível gerar o alcance total de 59,61% do target, considerando o universo do Ipsos/Marplan, gerando cerca de 260.282.995 de impactos no target AS ABCDE 18+.

Nesse sentido entendemos que a campanha cumpriu com seus objetivos, garantindo índices de cobertura e frequência dentro do padrão estabelecido.

CONCLUSÃO:

A campanha foi bem avaliada e despertou o interesse sobre o assunto, por tratar-se de tema que tem impacto direto na vida dos entrevistados.

Grande parte dos entrevistados compreendem a importância e necessidade do desenvolvimento em todas as regiões do país e a grande maioria reconhece que a retomada das obras inacabadas é o início de um processo que resulta na retomada de empregos e na melhoria da economia.

De forma geral, os materiais apresentados foram muito bem avaliados pelos entrevistados que se sentiram impactados. O anúncio impresso foi mais bem avaliado, pois detalha o assunto abordado, dando maior credibilidade à comunicação.

Alguns aspectos apresentados no pré-teste foram confirmados no pós-teste, conforme informações acima:

- O formato do vídeo facilitou a assimilação da mensagem;
- Os entrevistados entendem que há a intenção do Governo de demonstrar que sua continuidade significa a concretização de melhorias que tiveram início, mas não foram totalmente consolidadas. Percebem que a ideia é colocar um ponto final nos acontecimentos negativos e avançar daqui para frente;
- O formato da peça (impresso) que destaca situações cotidianas e pessoas trabalhando contribuiu positivamente.
- A informação sobre as melhorias através do retrato de situações cotidianas proporcionou forte identificação com o filme e reconhecimento de que o país superou os momentos de crise mais aguda. O sentimento relatado foi de otimismo, estimulado pela adequação da mensagem ao anseio por melhoras nas condições de vida e do país. Nesse sentido, a ideia de avançar, da forma que foi retratada neste filme, combinou a importância de se pensar no futuro com a necessidade de se demonstrar resultados do presente.

Gislaine Passador Bittencourt de Sá
Diretora de Publicidade - Substituta

Luiz Antônio Oliveira Alves
Diretor de Mídia - Substituto

ANEXO XII – Relatório Pré-teste – Fim de Ano

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO				
PRÉ-TESTE				
AÇÃO	Campanha Fim de Ano			
PERÍODO	A partir de dezembro de 2017			
INVESTIMENTO	Previsão - R\$ 11,5 milhões			
AGÊNCIA	CALIA Y2			
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS				
<p>O encerramento do exercício de 2017 oferece uma oportunidade de o Governo Federal prestar contas à sociedade, em observância ao princípio constitucional da publicidade dos atos do Poder público.</p> <p>Atenta à esse cenário e ciente de fatores que comprovam a melhoria da conjuntura econômica do país, a Calia propôs, por iniciativa própria e sob amparo do previsto no item 4.1.1 do Manual de Procedimento das Ações de Publicidade, o desenvolvimento de campanha institucional de fim de ano que aborda a atuação do Governo Federal no ano de 2017 e busca ensejar na população sentimentos de confiança e prosperidade em relação ao próximo ano.</p> <p>A campanha de fim de ano visa divulgar síntese do conjunto de ações e realizações ocorridas em 2017, reafirmando o compromisso do Governo na retomada do crescimento econômico do País, evidenciando o resultado das medidas concretas adotadas pelo Poder Executivo Federal.</p> <p>A mensagem ressalta os esforços do Governo Federal em assegurar a perenidade das conquistas alcançadas em 2017, a exemplo da redução da taxa básica de juros, a queda da inflação e a retomada da geração do emprego, medidas que impactam positivamente a vida das pessoas, e gera benefícios individuais e coletivos.</p> <p>Assim, em observância ao Manual de Procedimento de Ações de Publicidade, a proposta apresentada pela agência CALIA foi submetida a pré-teste com o objetivo de avaliar aspectos como adequação, entendimento e assimilação da mensagem da campanha, cujo resultado poderá orientar ajustes nas peças, se for o caso.</p>				
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>Na avaliação geral, a mensagem de retomada do crescimento econômico foi bem recebida pelos entrevistados, particularmente por aqueles que, na prática, já perceberam o impacto positivo da melhoria dos indicadores econômicos.</p> <p>Já os entrevistados que não percebem essa melhoria em suas vidas são céticos em relação ao conteúdo apresentado, indicando que a receptividade está condicionada à percepção dos efeitos práticos no plano individual.</p> <p>Contudo, a maioria dos entrevistados concorda que a economia do país está melhorando, mas pontuam que se trata de processo em curso, e não de fenômeno concluído.</p>				
CONCLUSÃO:				
<p>Considerando que o material submetido a pré-teste é um esboço “monstro”, a peça final deve ser aprimorada, com a inclusão de mais dados e informações que conferem credibilidade à mensagem.</p> <p>Do mesmo modo, os anúncios impressos devem ser enriquecidos com textos de apoio que contextualizem a mensagem geral, tornando-a mais crível e de fácil entendimento do público-alvo.</p>				

José Bello

Diretor do Departamento de Publicidade

Dezembro de 2017.

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PRÉ TESTE	
AÇÃO	Modernização Trabalhista
PERÍODO	A partir de maio de 2017
INVESTIMENTO	Previsão - R\$ 10,5 milhões
AGÊNCIA	Propeg
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	
<p>Apesar da evolução da qualidade do mercado de trabalho brasileiro nas últimas décadas, com expressivo aumento da formalização do emprego e combate ao trabalho infantil e trabalho análogo a escravo, há cerca de 18 milhões de trabalhadores com vínculo empregatício, mas que não têm a sua Carteira de Trabalho assinada (45% do total da força de trabalho do país) e que, portanto, se encontram fora do alcance da proteção da Previdência Social. Além desses, existem ainda 12 milhões de trabalhadores desprotegidos (11,3% da força de trabalho), que se encontram fora do mercado de trabalho formal, em situação de desemprego, à espera de uma oportunidade de trabalho e renda.</p> <p>Além disso, o mercado de trabalho brasileiro é historicamente marcado por alta rotatividade, baixa produtividade e limitada utilização de jornadas alternativas de trabalho. Assim, a legislação pode ser modernizada para ampliar as possibilidades de emprego e contratação para trabalhadores e empregadores, preservando os direitos dos empregados e, em especial, o direito à proteção em segurança e medicina do trabalho.</p> <p>Nesse contexto, é relevante salientar que o Brasil vem, ao longo das últimas décadas, aprofundando o diálogo entre trabalhadores e empregadores. A Constituição Federal de 1988 é um marco nesse processo, ao reconhecer no inciso XXVI do art. 7º as convenções e acordos coletivos de trabalho.</p> <p>O amadurecimento das relações entre capital e trabalho vem se dando com as sucessivas negociações coletivas. Contudo, esses pactos laborais vêm tendo sua autonomia questionada judicialmente, o que traz insegurança jurídica às partes quanto ao que foi negociado. Decisões judiciais vêm, reiteradamente, revendo as decisões firmadas por empregadores e trabalhadores, pois não se tem um marco legal claro dos limites da autonomia da norma coletiva de trabalho.</p> <p>Nesse sentido, houve um esforço conjunto entre Governo, Centrais Sindicais, Confederações Patronais e Tribunal Superior do Trabalho, para propor ao Congresso Nacional um conjunto de medidas modernizadoras das relações de trabalho no Brasil, como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabalho temporário 	

- Jornada de trabalho em tempo parcial

- Preservação de empregos

O Brasil precisa atualizar sua legislação trabalhista - com preservação dos direitos, promoção do trabalho decente e valorização de acordos coletivos -, tornando-a mais flexível.

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 adotada na campanha “Modernização Trabalhista”, buscando-se entender se a mesma deveria ser adotada para a campanha. Buscou, ainda, identificar eventuais pontos a serem ajustados nas peças propostas, com vistas ao atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos.

Foram realizados 6 grupos de discussão, em três capitais representativas do País, a saber: São Paulo, Recife e Porto Alegre. Em São Paulo e Recife o pré-teste ocorreu em 27/04/2017 e em Porto Alegre no dia 28/04/2017. Os grupos contaram com representantes dos trabalhadores das classes B e C1 e empregadores das classes A e B, de ambos os sexos, das faixas etárias de 25 a 55 anos.

Principais resultados identificados pela pesquisa:

Os resultados finais sinalizam que a veiculação da campanha foi bem avaliada, uma vez que as informações despertam o interesse e a curiosidade sobre o assunto, já que deixa claro o impacto direto na vida de todos os trabalhadores e empregadores.

Os materiais tiveram avaliação positiva por atingirem o objetivo de informar, gerando, no entanto, alguns questionamentos de execução. “O que” é bem informado, o “Como” não. Todos os entrevistados compreendem a função dos anúncios e os julgam adequados. Foi sugerida a disponibilização de um site com todos os materiais para servir como meio de esclarecimento de dúvidas e aprofundamento do assunto para os interessados.

Houve comparações positivas com legislação de outros países (como por exemplo: EUA).

A receptividade do tema abordado foi alta para todos os entrevistados e a reação aos anúncios e propostas foram positivas para a maioria dos entrevistados. No entanto, alguns entrevistados mostraram descrenças e dúvidas sobre o controle e fiscalização destas mudanças, ou seja, quanto ao tema e não quanto à comunicação. Na opinião de muitos, faltou a informação da data prevista para início das mudanças e considerou-se que é necessário deixar mais clara as propostas que são possíveis e as que são obrigatórias.

Houve grande valorização da possibilidade de estreitamento de diálogo entre empregados e empregadores.

Existe um entendimento de que eram realmente necessárias mudanças em leis criadas numa sociedade completamente diferente da atual e de que este é o momento certo para sua renovação.

CONCLUSÃO:

Considera-se assertiva a linha criativa da campanha que aborda situações cotidianas de empregados e empregadores, já que houve identificação dos temas apresentados nos materiais com as situações cotidianas vividas pelos entrevistados e em diversos casos, eles exemplificaram o conteúdo da campanha com seus casos particulares.

Os sentimentos de confiança e esperança suplantaram as dúvidas e receios.

No geral, houve mudança significativa na percepção dos que inicialmente se mostravam contrários à modernização das leis trabalhistas, assim como uma acentuada convicção naqueles que já se mostravam favoráveis.

José Bello

Diretor do Departamento de Publicidade

Abril de 2017.

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PRÉ-TESTE				
AÇÃO	Nova Lei Trabalhista			
PERÍODO	A partir de novembro de 2017			
INVESTIMENTO	Previsão - R\$ 12 milhões			
AGÊNCIA	NBS			
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS				
<p>Com a proximidade da entrada em vigor da Nova Lei Trabalhista - Lei nº 13.467, em 11 de novembro, e diante da necessidade de esclarecer a população sobre seus impactos na sociedade, a SECOM, no cumprimento de sua atribuição institucional, realizou concorrência interna entre as agências contratadas para o desenvolvimento de ação de comunicação, objeto da Demanda 20170063.</p> <p>Dentre as propostas criativas apresentadas pelas agências NBS, ARTPLAN e CALIA, duas foram avaliadas como adequadas, o que indicou necessidade de pré-teste com objetivo de propiciar mais assertividade na comunicação, considerando os objetivos da ação, a relevância do tema e o investimento previsto.</p>				
INDICADORES DE EFICIÊNCIA E EFICÁCIA				
PESQUISAS DE PRÉ-TESTE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS				
FILME: FLEXIBILIDADE				
Pontos analisados	Não apropriado	Parcialmente apropriado	Apropriado	Superou
Assimilação			X	
Entendimento			X	
Adequação			X	
Envolvimento/ Receptividade			X	
INDICADORES DE EFICIÊNCIA E EFICÁCIA				
PESQUISAS DE PRÉ-TESTE DE MENSAGENS PUBLICITÁRIAS				
FILME: RELAÇÕES				
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 NBS e ARTPLAN para a ação relativa à Nova Lei Trabalhista, com vistas a identificar a proposta mais adequada ao desafio proposto e apontar eventuais pontos a serem ajustados na peça proposta, para o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos.</p> <p>A pesquisa qualitativa envolveu quatro grupos focais entre os dias 24 e 25 de outubro, em São Paulo.</p> <p>Os grupos foram organizados por faixa etária (dois conjuntos com pessoas de 18 a 30 anos; e dois conjuntos com pessoas com 31 a 55 anos) e separados por classe social (dois grupos AB; e dois grupos C). Nos quatro grupos havia pessoas com posicionamentos diferentes quanto à aprovação do governo.</p> <p>Em todos os grupos foram expostas, alternadamente, versões preliminares de dois filmes publicitários propostos para a campanha de esclarecimento sobre a nova lei trabalhista. Além da avaliação de cada peça, foi pedida a comparação dos filmes e a indicação de eventuais mudanças.</p> <p>De modo geral, observa-se desinformação, desconfiança e resistência ao tema da reforma trabalhista no início da dinâmica. Muitos participantes admitem não conhecer em detalhe a legislação que entra em vigor a partir do próximo dia 11 de novembro; confessam ter pé atrás em função do que viam (das falas de opositores) na mídia e em razão de posicionamento prévio contra o governo. Mais de um participante em cada grupo associavam a medida à perda de direitos.</p> <p>Conforme o grupo, perdurava a confusão entre a reforma trabalhista, que engloba um conjunto de medidas, com o projeto de lei que anteriormente regulamentou a terceirização. Também verificou-se a mistura da pauta com a reforma da Previdência Social (ainda não votada) e outras iniciativas sem apelo popular tomadas em função do ajustamento fiscal e da manutenção da base aliada.</p> <p>À medida que as peças foram expostas nos grupos, verificou-se maior entendimento da proposta, conformação e até aceitação. A resistência inicial foi substituída pela compreensão de que a reforma poderia viabilizar mais empregos e trazer benefícios como a flexibilidade de horário e do local do trabalho, em especial poder trabalhar em casa, ter mais tempo com os filhos e diminuir a dependência do transporte público, em especial nas horas de pico em uma cidade grande como é o caso de São Paulo.</p> <p>Ao fim da dinâmica os participantes esboçam mais otimismo - "dando mais emprego, as pessoas conseguem mudar a sua vida", disse, por exemplo, uma participante no grupo de 18 a 30 anos (Classe AB).</p> <p>As peças conseguem resultado positivo quando possibilitam a associação com "esperança" de obter emprego em outras condições de empregabilidade, mas assinalando "direitos trabalhistas garantidos" como frisa um dos filmes.</p>				

Por fim, a pesquisa qualitativa de pré-teste das duas linhas criativas avaliadas como adequadas indicou que os dois vídeos ajudam a quebrar resistências iniciais nos grupos em relação ao tema da modernização trabalhista, gerando maior aceitação e entendimento. A mensagem é de que a Nova Lei Trabalhista poderá viabilizar mais empregos e trazer mais benefícios, como flexibilidade de horário e do local do trabalho.

O filme FLEXIBILIDADE despertou maior empatia e identificação. A forma como as informações estão dispostas nos diálogos gerou maior compreensão e os personagens nos diálogos gerou mais credibilidade.

O filme RELAÇÕES não despertou tanta identificação das pessoas com os personagens, avaliado como mais distante das pessoas. O volume de informações passadas em curto tempo dificultou o entendimento da mensagem, perdendo um pouco de credibilidade.

CONCLUSÃO:

Considerando os objetivos da ação e a relevância do tema, e com base no resultado demonstrado na pesquisa apresentada pelo instituto que realizou a pesquisa de pré-teste, a proposta criativa mais adequada foi a apresentada pela agência NBS para desenvolver a campanha da Nova Lei Trabalhista.

José Bello

Diretor do Departamento de Publicidade

Novembro de 2017.

ANEXO XV – Relatório Pré-teste – Campanha Prestação de contas Oportunidade

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO PRÉ-TESTE				
AÇÃO	Campanha de Prestação de Contas - Oportunidade			
PERÍODO	A partir de maio de 2017			
INVESTIMENTO	R\$ 15.000.000,00			
AGÊNCIA	Leo Burnett			
JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS				
<p>Em 12 meses o Governo Federal adotou uma série de medidas para minimizar os impactos sobre a população da crise econômica pela qual o país está passando e, ao mesmo tempo, manteve o crescimento econômico com justiça social, garantindo a geração de emprego e renda e a ampliando as oportunidades.</p> <p>Essas medidas foram necessárias para manter a inflação sob controle, entendendo que a estabilidade de preços é condição primordial para a manutenção do poder aquisitivo da população e para a continuidade do processo de crescimento sustentado e o reforço a programas sociais com foco na redução da desigualdade e na geração de emprego.</p> <p>São exemplos de medidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liberação das contas inativas do FGTS; - Aumento do valor do benefício do Bolsa Família; - Continuidade das obras de infraestrutura, como o Projeto de Integração do São Francisco; - PEC dos Gastos Públicos e a Lei das Estatais; - Reforma da Previdência e Modernização das Leis Trabalhistas. 				
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 ao entendimento, receptividade, assimilação e a adequação adotada na campanha Prestação de Contas – Oportunidades.

Foram realizados 9 grupos de discussão, em três capitais do País: São Paulo, Rio de Janeiro e Recife. Foram selecionados representantes das classes sociais B2/C, público mais jovem com faixa etária de 18 a 30 anos, e o outro público mais velho B2/C com faixa etária de 31 a 45 anos, de ambos os sexos. As datas de realização dos grupos de discussão em cada uma das cidades foram: 10 de maio de 2017.

Principais resultados identificados pela pesquisa:

- Na avaliação do filme foram bem compreendidos e os pontos positivos apresentados foram a questão da esperança, otimismo, confiança, curiosidade e empatia, já os pontos negativos foram a indiferença, raiva, enganação, manipulação, tristeza e a frustração. De acordo com os entrevistados o assunto principal do filme foi as mudanças, os avanços em determinados setores, o progresso, o potencial de crescimento do País, os esforços de um Governo melhor e as ações do Governo Federal para retomar o crescimento.

- As imagens utilizadas nos filmes se destacaram, tendo avaliações positivas e negativas.

Pontos positivos: pessoas felizes e olhando para o futuro, frase impactante: Brasil nos trilhos e layout agradável.

Pontos negativos: letra muito pequena, algumas pessoas não representam o brasileiro e a afirmação otimista do Governo Federal.

As áreas de abordagem após apresentados os anúncios e o filme foi aplicado uma avaliação de 10 áreas com os entrevistados, onde constam as seguintes avaliações: Objetivos atingidos plenamente, alguns questionamentos gerados por alguns entrevistados e o objetivos não atingidos/Não compreensão da mensagem pela maioria dos entrevistados. De um modo geral a linguagem empregada foi bem assimilada no contexto geral.

De forma geral os materiais foram bem avaliados pelos entrevistados. A campanha mostrou um Governo que reconhece a luta do povo brasileiro e busca aproximação com ele.

CONCLUSÃO:

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

José Bello

Diretor do Departamento de Publicidade

Mai de 2017.

“JUSTIFICATIVA – PRÉ-TESTE AVANÇAR PARCERIAS – 20170085 E 20170091

Em novembro de 2017 foi realizada campanha publicitária de lançamento do AVANÇAR, um programa que conta com um orçamento de R\$ 130 bilhões até 2018 e retoma mais de 7.000 obras que estavam inacabadas. Na campanha, foi adotado o nome AGORA É AVANÇAR, buscando, além de reforçar o nome do programa, ensejar sentimento de esperança e reconquista da confiança por parte da população brasileira.

A ação publicitária foi avaliada como bem sucedida, atingindo os objetivos de comunicação esperados o que motivou decisão de alinhamento a estratégia de comunicação do Programa de Parcerias e Investimentos – PPI, à do AVANÇAR, começando por renomeá-lo como AVANÇAR PARCERIAS.

Entende-se que o escopo dos dois programas possui alinhamento de propósitos: retomada do crescimento econômico. Enquanto o AVANÇAR envolve projetos com investimentos da UNIÃO, além de recursos oriundos do FGTS e de estatais, o PPI busca atrair investimento privado (nacional e internacional) por meio de leilões e renovação de projetos de concessão. No bojo do PPI, já existem 59 projetos renovados/leiloados, somando um valor de R\$ 133,2 bilhões, e estão em andamento mais 86 projetos até o final de 2018, envolvendo um valor de R\$ 134,2 bilhões. Os investimentos estão espalhados por todas as unidades da Federação.

Dado o objetivo em comum dos dois programas: prestar bons serviços à população, gerar emprego e renda e fomentar a economia do País, abrangê-los no contexto de um mesmo esforço de comunicação garantirá maior eficiência na ação de divulgação. No que tange ao aspecto de posicionamento e mensagem, essa convergência resultará na otimização dos esforços publicitários, considerando que as ações de divulgação de um programa reforçarão a do outro, e vice-versa, evitando ainda a fragmentação na percepção das iniciativas governamentais.

A demanda do AVANÇAR PARCERIAS foi realizada por meio de dispensa de procedimento de Seleção Nível 3, de acordo com o disposto na linha C do item 5.7 do Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade da Secom, publicado por meio da Portaria nº 98, de 21 de julho de 2016, tendo em vista tratar-se de um desdobramento da campanha AVANÇAR (demanda 20170062).

Dessa forma, as duas campanhas estão completamente alinhadas e as peças produzidas compartilham imagens dos programas, mantém a identidade visual e aplicação do mesmo conceito.

Em 09 de dezembro de 2017 foi realizado o Pré-Teste da Campanha AVANÇAR em que foram analisadas três propostas. A proposta escolhida atendeu aos seguintes requisitos:

- *Retrata fatos que podem ser comprovados e que são presenciados pelos participantes;*
- *Fala sobre a estabilização da Economia: queda da inflação e aumento do emprego;*
- *Liberação do FGTS;*
- *Simples e natural, retratando perfil comum das pessoas: situações cotidianas, pessoas trabalhando;*
- *Mostrou números e dados verdadeiros.*

Dado que as duas campanhas fazem parte de uma mesma estratégia de comunicação publicitária, com utilização dos mesmos elementos visuais, criativos e conceituais, já validados no Pré-Teste da campanha AVANÇAR, conforme explicitado acima, e com vistas a atribuir maior agilidade, eficiência e economicidade em sua realização, não foi realizado o Pré-Teste para as ações da campanha AVANÇAR PARCERIAS.

José Bello

Diretor de Publicidade”

ANEXO XVII – Balanço Orçamentário – UG 110319

MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL		EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)	
TÍTULO	BALANÇO ORÇAMENTÁRIO - TODOS OS ORÇAMENTOS	EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 1	
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICACAO SOCIAL/PR	VALORES EM UNIDADES DE REAL		
ORGAO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA			
RECEITA				
RECEITAS ORÇAMENTÁRIAS	PREVISÃO INICIAL	PREVISÃO ATUALIZADA	RECEITAS REALIZADAS	SALDO
RECEITAS CORRENTES	-	-	-	-
Receitas Tributárias	-	-	-	-
Impostos	-	-	-	-
Taxas	-	-	-	-
Contribuições de Melhoria	-	-	-	-
Receitas de Contribuições	-	-	-	-
Contribuições Sociais	-	-	-	-
Contribuições de Intervenção no Domínio Econômico	-	-	-	-
Cont. Entidades Privadas de Serviço Social Formação Profis.	-	-	-	-
Receita Patrimonial	-	-	-	-
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	-	-	-	-
Receita Agropecuária	-	-	-	-
Receita Industrial	-	-	-	-
Receitas de Serviços	-	-	-	-
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	-	-	-	-
Transferências Correntes	-	-	-	-
Outras Receitas Correntes	-	-	-	-
Multas Administrativas, Contratuais e Judiciais	-	-	-	-
Indenizações, Restituições e Ressarcimentos	-	-	-	-
Bens, Direitos e Valores Incorporados ao Patrimônio Público	-	-	-	-
Demais Receitas Correntes	-	-	-	-
RECEITAS DE CAPITAL	-	-	-	-
Operações de Crédito	-	-	-	-
Operações de Crédito - Mercado Interno	-	-	-	-
Operações de Crédito - Mercado Externo	-	-	-	-
Alienação de Bens	-	-	-	-
Alienação de Bens Móveis	-	-	-	-
Alienação de Bens Imóveis	-	-	-	-
Alienação de Bens Intangíveis	-	-	-	-
Amortização de Empréstimos	-	-	-	-
Transferências de Capital	-	-	-	-
Outras Receitas de Capital	-	-	-	-

MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL		EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)			
TÍTULO	BALANÇO ORÇAMENTÁRIO - TODOS OS ORÇAMENTOS	EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 2			
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICACAO SOCIAL/PR	VALORES EM UNIDADES DE REAL				
ORGAO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA					
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	-	-	-	-		
RECURSOS APRECADADOS EM EXERCÍCIOS ANTERIORES	-	-	-	-		
SUBTOTAL DE RECEITAS	-	-	-	-		
REFINANCIAMENTO	-	-	-	-		
Operações de Crédito - Mercado Interno	-	-	-	-		
Mobiliária	-	-	-	-		
Contratual	-	-	-	-		
Operações de Crédito - Mercado Externo	-	-	-	-		
Mobiliária	-	-	-	-		
Contratual	-	-	-	-		
SUBTOTAL COM REFINANCIAMENTO	-	-	-	-		
DEFICIT	-	-	488.239.858,22	488.239.858,22		
TOTAL	-	-	488.239.858,22	488.239.858,22		
DETALHAMENTO DOS AJUSTES NA PREVISÃO ATUALIZADA	-	-	-	-		
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
DESPESAS CORRENTES	-	-	488.239.858,22	220.217.428,25	220.217.428,25	-488.239.858,22
Pessoal e Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	-	-	488.239.858,22	220.217.428,25	220.217.428,25	-488.239.858,22
DESPESAS DE CAPITAL	-	-	-	-	-	-
Investimentos	-	-	-	-	-	-
Investições Financeiras	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-	-
RESERVA DE CONTINGÊNCIA	-	-	-	-	-	-
RESERVA DO RPPS	-	-	-	-	-	-
SUBTOTAL DAS DESPESAS	-	-	488.239.858,22	220.217.428,25	220.217.428,25	-488.239.858,22
AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA / REFINANCIAMENTO	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida Interna	-	-	-	-	-	-
Dívida Mobiliária	-	-	-	-	-	-
Outras Dívidas	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida Externa	-	-	-	-	-	-
Dívida Mobiliária	-	-	-	-	-	-



MINISTÉRIO DA FAZENDA
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 3

TÍTULO	BALANÇO ORÇAMENTÁRIO - TODOS OS ORÇAMENTOS
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	-	-	-	-	-	-
SUBTOTAL COM REFINANCIAMENTO	-	-	488.239.858,22	220.217.428,25	220.217.428,25	-488.239.858,22
TOTAL	-	-	488.239.858,22	220.217.428,25	220.217.428,25	-488.239.858,22

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
DESPESAS CORRENTES	18.508.239,50	76.414.969,60	58.215.103,67	58.215.103,67	336.561,74	36.371.543,69
Pessoal e Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	18.508.239,50	76.414.969,60	58.215.103,67	58.215.103,67	336.561,74	36.371.543,69
DESPESAS DE CAPITAL	-	-	-	-	-	-
Investimentos	-	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-	-
TOTAL	18.508.239,50	76.414.969,60	58.215.103,67	58.215.103,67	336.561,74	36.371.543,69

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
DESPESAS CORRENTES	-	-	-	-	-
Pessoal e Encargos Sociais	-	-	-	-	-
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	-	-	-	-	-
DESPESAS DE CAPITAL	-	-	-	-	-
Investimentos	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	-	-

ANEXO XVIII – Balanço Patrimonial – UG 110319

MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL		EXERCÍCIO 2017		PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)	
TÍTULO BALANÇO PATRIMONIAL - TODOS OS ORÇAMENTOS		EMISSÃO 15/02/2018		PÁGINA 1	
SUBTÍTULO 110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR		VALORES EM UNIDADES DE REAL			
ÓRGÃO SUPERIOR 20101 - PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA					
ATIVO		PASSIVO			
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
ATIVO CIRCULANTE	6.563.962,25	3.276.590,73	PASSIVO CIRCULANTE	346,99	346,99
Caixa e Equivalentes de Caixa	6.563.962,25	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	Fornecedores e Contas a Pagar a Curto Prazo	346,99	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 a Curto Prazo	-	-
Ativos Não Financeiros Mantidos para Venda	-	-	Demais Obrigações a Curto Prazo	-	-
ATIVO NÃO CIRCULANTE			PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
Ativo Realizável a Longo Prazo	-	-	Obrigações Trabalh., Previd. e Assist. a Pag. de Longo Prazo	-	-
Estoques	-	-	Empréstimos e Financiamentos a Longo Prazo	-	-
Investimentos	-	-	Fornecedores e Contas a Pagar a Longo Prazo	-	-
Participações Permanentes	-	-	Obrigações Fiscais a Longo Prazo	-	-
Propriedades para Investimento	-	-	Provisões a Longo Prazo	-	-
Propriedades para Investimento	-	-	Demais Obrigações a Longo Prazo	-	-
(-) Depreciação Acumulada de Propriedades p/ Investimentos	-	-	Resultado Diferido	-	-
(-) Redução ao Valor Rec. de Propriedades para Investimentos	-	-	TOTAL DO PASSIVO EXIGÍVEL	346,99	346,99
Investimentos do RPPS de Longo Prazo	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável de Investimentos do RPPS	-	-	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
Demais Investimentos Permanentes	-	-	Patrimônio Social e Capital Social	-	-
Demais Investimentos Permanentes	-	-	Adiantamentos para Futuro Aumento de Capital (AFAC)	-	-
Demais Investimentos Permanentes	-	-	Reservas de Capital	-	-
(-) Redução ao Valor Recuperável de Demais Invest. Perm.	-	-	Ajustes de Avaliação Patrimonial	-	-
Imobilizado			Reservas de Lucros	-	-
Bens Móveis	-	-	Demais Reservas	-	-
Bens Móveis	-	-	Resultados Acumulados	6.563.615,26	3.276.243,74
(-) Depreciação/Amortização/Exaustão Acum. de Bens Móveis	-	-	Resultado de Exercício	5.987.055,95	-8.077.032,61
(-) Redução ao Valor Recuperável de Bens Móveis	-	-	Resultados de Exercícios Anteriores	3.276.243,74	11.353.276,35
Bens Imóveis	-	-	Ajustes de Exercícios Anteriores	-2.589.694,43	-
Bens Imóveis	-	-	(-) Ações / Cotas em Tesouraria	-	-
(-) Depr./Amortização/Exaustão Acum. de Bens Imóveis	-	-	TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	6.563.615,26	3.276.243,74
(-) Redução ao Valor Recuperável de Bens Imóveis	-	-			
Intangível					
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	-	-			

MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL		EXERCÍCIO 2017		PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)	
TÍTULO BALANÇO PATRIMONIAL - TODOS OS ORÇAMENTOS		EMISSÃO 15/02/2018		PÁGINA 2	
SUBTÍTULO 110319 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/PR		VALORES EM UNIDADES DE REAL			
ÓRGÃO SUPERIOR 20101 - PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA					
ATIVO		PASSIVO			
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
(-) Redução ao Valor Recuperável de Marcas, Direitos e Pat	-	-			
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	-	-			
TOTAL DO ATIVO	6.563.962,25	3.276.590,73	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	6.563.962,25	3.276.590,73
ATIVO		PASSIVO			
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
ATIVO FINANCEIRO	6.563.962,25	1.510.590,73	PASSIVO FINANCEIRO	304.393.973,66	94.823.209,10
ATIVO PERMANENTE	-	1.766.000,00	PASSIVO PERMANENTE	346,99	346,99
SALDO PATRIMONIAL	297.830.358,40	91.646.965,36			
Quadro de Compensações					
ATIVO		PASSIVO			
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Ativos			ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Passivos		
SALDO DOS ATOS POTENCIAIS ATIVOS	29.125.937,76	2.720.872,07	SALDO DOS ATOS POTENCIAIS PASSIVOS	884.637.063,64	141.021.830,02
Execução dos Atos Potenciais Ativos	29.125.937,76	2.720.872,07	Execução dos Atos Potenciais Passivos	884.637.063,64	141.021.830,02
Garantias e Contragarantias Recebidas a Executar	7.415.543,88	-	Garantias e Contragarantias Concedidas a Execut	-	-
Direitos Conveniados e Outros Instrumentos Cong	21.710.393,88	2.720.872,07	Obrigações Conveniadas e Outros Instrum Congôn	20.785.713,54	31.621.460,85
Direitos Contratuais a Executar	-	-	Obrigações Contratuais a Executar	863.851.350,10	109.400.369,17
Outros Atos Potenciais Ativos a Executar	-	-	Outros Atos Potenciais Passivos a Executar	-	-
TOTAL	29.125.937,76	2.720.872,07	TOTAL	884.637.063,64	141.021.830,02
DEMONSTRATIVO DO SUPERÁVIT/DEFICIT FINANCEIRO APURADO NO BALANÇO PATRIMONIAL					
DESTINAÇÃO DE RECURSOS			SUPERÁVIT/DEFICIT FINANCEIRO		
Recursos Ordinários					-270.873.107,22
Recursos Vinculados					-26.956.904,19
Seguridade Social (Exceto RPPS)					-3.050.000,00
Operação de Crédito					-23.333.004,00
Outros Recursos Vinculados a Órgãos e Programas					-573.900,19
TOTAL					-297.830.011,41

ANEXO XIX – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG 110319

 MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL		EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
TÍTULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS	EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 1
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICACAO SOCIAL/PR	VALORES EM UNIDADES DE REAL	
ORGAO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA		
VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS			
	2017	2016	
VARIAÇÕES PATRIMONIAIS AUMENTATIVAS	314.243.381,43	357.806.921,72	
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	313.172.977,26	357.739.838,15	
Transferências Intragovernamentais	313.172.977,26	357.739.838,15	
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	-	49.538,83	
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	1.070.404,17	17.544,74	
Variação Patrimonial Aumentativa a Classificar	-	-	
Resultado Positivo de Participações	-	-	
Operações da Autoridade Monetária	-	-	



MINISTÉRIO DA FAZENDA
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 2

TÍTULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICACAO SOCIAL/PR
ORGAO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA

VALORES EM UNIDADES DE REAL

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		
	2017	2016
Reversão de Provisões e Ajustes para Perdas	-	-
Diversas Variações Patrimoniais Aumentativas	1.070.404,17	17.544,74
VARIAÇÕES PATRIMONIAIS DIMINUTIVAS	308.356.325,48	375.883.954,33
Pessoal e Encargos		
Remuneração a Pessoal	-	-
Encargos Patronais	-	-
Benefícios a Pessoal	-	-
Outras Var. Patrimoniais Diminutivas - Pessoal e Encargos	-	-
Benefícios Previdenciários e Assistenciais		
Aposentadorias e Reformas	-	-
Pensões	-	-
Benefícios de Prestação Continuada	-	-
Benefícios Eventuais	-	-
Políticas Públicas de Transferência de Renda	-	-
Outros Benefícios Previdenciários e Assistenciais	-	-
Uso de Bens, Serviços e Consumo de Capital Fixo	276.907.495,78	315.889.440,43
Uso de Material de Consumo	-	-
Serviços	276.907.495,78	315.889.440,43
Depreciação, Amortização e Exaustão	-	-
Variações Patrimoniais Diminutivas Financeiras		
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	-	-
Transferências e Delegações Concedidas	29.923.793,56	59.986.220,38
Transferências Intragovernamentais	29.923.793,56	59.986.220,38
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	-	-
Desvalorização e Perda de Ativos e Incorporação de Passivos	1.523.758,41	-
Reavaliação, Redução a Valor Recuperável e Ajustes p/ Perdas	-	-
Perdas com Alienação	-	-
Perdas Involuntárias	-	-
Incorporação de Passivos	1.523.758,41	-
Desincorporação de Ativos	-	-



MINISTÉRIO DA FAZENDA
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 3

TÍTULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110319 - SECRETARIA DE COMUNICACAO SOCIAL/PR
ORGAO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA

VALORES EM UNIDADES DE REAL

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		
	2017	2016
Tributárias		
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria	-	-
Contribuições	-	-
Custo - Mercadorias, Produtos Vend. e dos Serviços Prestados		
Custo das Mercadorias Vendidas	-	-
Custo dos Produtos Vendidos	-	-
Custo dos Serviços Prestados	-	-
Outras Variações Patrimoniais Diminutivas	1.277,73	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	1.277,73	8.293,52
RESULTADO PATRIMONIAL DO PERÍODO	5.887.055,95	-8.077.032,61

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUALITATIVAS		
	2017	2016

ANEXO XX – Balanço Orçamentário – UG 110574



MINISTÉRIO DA FAZENDA
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 1
VALORES EM UNIDADES DE REAL	

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

RECEITA				
RECEITAS ORÇAMENTÁRIAS	PREVISÃO INICIAL	PREVISÃO ATUALIZADA	RECEITAS REALIZADAS	SALDO
RECEITAS CORRENTES	-	-	-	-
Receitas Tributárias	-	-	-	-
Impostos	-	-	-	-
Taxas	-	-	-	-
Contribuições de Melhoria	-	-	-	-
Receitas de Contribuições	-	-	-	-
Contribuições Sociais	-	-	-	-
Contribuições de Intervenção no Domínio Econômico	-	-	-	-
Cont. Entidades Privadas de Serviço Social Formação Profis.	-	-	-	-
Recelta Patrimonial	-	-	-	-
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	-	-	-	-
Recelta Agropecuária	-	-	-	-
Recelta Industrial	-	-	-	-
Receitas de Serviços	-	-	-	-
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	-	-	-	-
Transferências Correntes	-	-	-	-
Outras Receitas Correntes	-	-	-	-
Multas Administrativas, Contratuais e Judiciais	-	-	-	-
Indenizações, Restituições e Ressarcimentos	-	-	-	-
Bens, Direitos e Valores Incorporados ao Patrimônio Público	-	-	-	-
Demais Receitas Correntes	-	-	-	-
RECEITAS DE CAPITAL	-	-	-	-
Operações de Crédito	-	-	-	-
Operações de Crédito - Mercado Interno	-	-	-	-
Operações de Crédito - Mercado Externo	-	-	-	-
Alienação de Bens	-	-	-	-
Alienação de Bens Móveis	-	-	-	-
Alienação de Bens Imóveis	-	-	-	-
Alienação de Bens Intangíveis	-	-	-	-
Amortização de Empréstimos	-	-	-	-
Transferências de Capital	-	-	-	-
Outras Receitas de Capital	-	-	-	-



MINISTÉRIO DA FAZENDA
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 2

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

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	-	-	-	-
RECURSOS ARRECADADOS EM EXERCÍCIOS ANTERIORES	-	-	-	-
SUBTOTAL DE RECEITAS	-	-	-	-
REFINANCIAMENTO				
Operações de Crédito - Mercado Interno	-	-	-	-
Mobiliária	-	-	-	-
Contratual	-	-	-	-
Operações de Crédito - Mercado Externo	-	-	-	-
Mobiliária	-	-	-	-
Contratual	-	-	-	-
SUBTOTAL COM FINANCIAMENTO	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	-
DETALHAMENTO DOS AJUSTES NA PREVISÃO ATUALIZADA				
Créditos Adicionais Abertos com Superviz. Financeira	-	-	-	-
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
DESPESAS CORRENTES	-	-	-	-	-	-
Pessoal e Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	-	-	-	-	-	-
DESPESAS DE CAPITAL	-	-	-	-	-	-
Investimentos	-	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-	-
RESERVA DE CONTINGÊNCIA	-	-	-	-	-	-
RESERVA DO RPPS	-	-	-	-	-	-
SUBTOTAL DAS DESPESAS	-	-	-	-	-	-
AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA / FINANCIAMENTO						
Amortização da Dívida Interna	-	-	-	-	-	-
Dívida Mobiliária	-	-	-	-	-	-
Outras Dívidas	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida Externa	-	-	-	-	-	-
Dívida Mobiliária	-	-	-	-	-	-
Outras Dívidas	-	-	-	-	-	-



MINISTÉRIO DA FAZENDA
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 3

TÍTULO	BALANÇO ORÇAMENTÁRIO - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOMPR
ÓRGÃO 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
SUBTOTAL COM FINANCIAMENTO	-	-	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	-	-	-

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
DESPESAS CORRENTES	3.874.192,85	-	-	-	-	3.874.192,85
Pessoal e Encargos Sociais	-	-	-	-	-	-
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	3.874.192,85	-	-	-	-	3.874.192,85
DESPESAS DE CAPITAL	-	-	-	-	-	-
Investimentos	-	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-	-
TOTAL	3.874.192,85	-	-	-	-	3.874.192,85

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
DESPESAS CORRENTES	-	-	-	-	-
Pessoal e Encargos Sociais	-	-	-	-	-
Juros e Encargos da Dívida	-	-	-	-	-
Outras Despesas Correntes	-	-	-	-	-
DESPESAS DE CAPITAL	-	-	-	-	-
Investimentos	-	-	-	-	-
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida	-	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	-	-

ANEXO XXI – Balanço Patrimonial – UG 110574

MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL		EXERCÍCIO 2017		PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)	
TÍTULO BALANÇO PATRIMONIAL - TODOS OS ORÇAMENTOS		EMISSÃO 15/02/2018		PÁGINA 1	
SUBTÍTULO 110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOMPR		VALORES EM UNIDADES DE REAL			
ORGÃO SUPERIOR 20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA					
ATIVO			PASSIVO		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
ATIVO CIRCULANTE	-	-	PASSIVO CIRCULANTE	-	-
Caixa e Equivalentes de Caixa	-	-	Obrigações Trabalh., Previd. e Assist. a Pag. 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 a Curto Prazo	-	-
Ativos Não Financeiros Mantidos para Venda	-	-	Demais Obrigações a Curto Prazo	-	-
ATIVO NÃO CIRCULANTE	-	-	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	-	-
Ativo Realizável a Longo Prazo	-	-	Obrigações Trabalh., Previd. e Assist. a Pag. de Longo Prazo	-	-
Estoques	-	-	Empréstimos e Financiamentos a Longo Prazo	-	-
Investimentos	-	-	Fornecedores e Contas a Pagar a Longo Prazo	-	-
Participações Permanentes	-	-	Obrigações Fiscais a Longo Prazo	-	-
Propriedades para Investimento	-	-	Provisões a Longo Prazo	-	-
Propriedades para Investimento	-	-	Demais Obrigações a Longo Prazo	-	-
(-) Depreciação Acumulada de Propriedades p/ Investimentos	-	-	Resultado Diferido	-	-
(-) Redução ao Valor Rec. de Propriedades para Investimentos	-	-	TOTAL DO PASSIVO EXIGÍVEL	-	-
Investimentos do RPPS de Longo Prazo	-	-			
Investimentos do RPPS de Longo Prazo	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável de Investimentos do RPPS	-	-			
Demais Investimentos Permanentes	-	-			
Demais Investimentos Permanentes	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável de Demais Invest. Perm.	-	-			
Imobilizado	-	-			
Bens Móveis	-	-			
Bens Móveis	-	-			
(-) Depreciação/Amortização/Exaustão Acum. de Bens Móveis	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável de Bens Móveis	-	-			
Bens Imóveis	-	-			
Bens Imóveis	-	-			
(-) Depr./Amortização/Exaustão Acum. de Bens Imóveis	-	-			
(-) Redução ao Valor Recuperável de Bens Imóveis	-	-			
Intangível	-	-			
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	-	-			

MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL		EXERCÍCIO 2017		PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)	
TÍTULO BALANÇO PATRIMONIAL - TODOS OS ORÇAMENTOS		EMISSÃO 15/02/2018		PÁGINA 2	
SUBTÍTULO 110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOMPR		VALORES EM UNIDADES DE REAL			
ORGÃO SUPERIOR 20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA					
ATIVO			PASSIVO		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
(-) Redução ao Valor Recuperável de Marcas, Direitos e Pat	-	-			
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	-	-			
TOTAL DO ATIVO	-	-	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	-	-
ATIVO			PASSIVO		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
ATIVO FINANCEIRO	-	-	PASSIVO FINANCEIRO	3.874.192,85	3.874.192,85
ATIVO PERMANENTE	-	-	PASSIVO PERMANENTE	-	-
SALDO PATRIMONIAL	3.874.192,85	3.874.192,85			
Quadro de Compensações					
ATIVO			PASSIVO		
ESPECIFICAÇÃO	2017	2016	ESPECIFICAÇÃO	2017	2016
ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Ativos			ESPECIFICAÇÃO / Saldo dos Atos Potenciais Passivos		
SALDO DOS ATOS POTENCIAIS ATIVOS	-	-	SALDO DOS ATOS POTENCIAIS PASSIVOS	195.230.271,20	195.230.271,20
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	-	-
TOTAL	-	-	TOTAL	195.230.271,20	195.230.271,20
DEMONSTRATIVO DO SUPERÁVIT/DEFICIT FINANCEIRO APURADO NO BALANÇO PATRIMONIAL					
DESTINAÇÃO DE RECURSOS			SUPERÁVIT/DEFICIT FINANCEIRO		
Recursos Ordinários					-3.874.192,85
Recursos Vinculados					-
TOTAL					-3.874.192,85

ANEXO XXII – Demonstrações das Variações Patrimoniais – UG 110574

 MINISTÉRIO DA FAZENDA SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL		EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
TÍTULO DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS		EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 1
SUBTÍTULO 110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOMPR		VALORES EM UNIDADES DE REAL	
ÓRGÃO SUPERIOR 20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA			

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		
	2017	2016
VARIAÇÕES PATRIMONIAIS AUMENTATIVAS	-	4.699.223,39
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	-	-
Venda 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	-	4.699.223,39
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	-	-



MINISTÉRIO DA FAZENDA
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 2

TÍTULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOMPR
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA

VALORES EM UNIDADES DE REAL

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		
	2017	2016
Reversão de Provisões e Ajustes para Perdas	-	-
Diversas Variações Patrimoniais Aumentativas	-	-
VARIAÇÕES PATRIMONIAIS DIMINUTIVAS	-	4.699.223,39
Pessoal e Encargos	-	-
Remuneração a Pessoal	-	-
Encargos Patronais	-	-
Benefícios a Pessoal	-	-
Outras Var. Patrimoniais Diminutivas - Pessoal e Encargos	-	-
Benefícios Previdenciários e Assistenciais	-	-
Aposentadorias e Reformas	-	-
Pensões	-	-
Benefícios de Prestação Continuada	-	-
Benefícios Eventuais	-	-
Políticas Públicas de Transferência de Renda	-	-
Outros Benefícios Previdenciários e Assistenciais	-	-
Uso de Bens, Serviços e Consumo de Capital Fixo	-	4.699.223,39
Uso de Material de Consumo	-	-
Serviços	-	4.699.223,39
Depreciação, Amortização e Exaustão	-	-
Variações Patrimoniais Diminutivas Financeiras	-	-
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	-	-
Transferências e Delegações Concedidas	-	-
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	-	-
Desvalorização e Perda de Ativos e Incorporação de Passivos	-	-
Reavaliação, Redução a Valor Recuperável e Ajustes p/ Perdas	-	-
Perdas com Alienação	-	-
Perdas Involuntárias	-	-
Incorporação de Passivos	-	-
Desincorporação de Ativos	-	-



MINISTÉRIO DA FAZENDA
SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL

EXERCÍCIO 2017	PERÍODO QUARTO TRIMESTRE (Encerrado)
EMISSÃO 15/02/2018	PÁGINA 3

TÍTULO	DEMONSTRAÇÕES DAS VARIAÇÕES PATRIMONIAIS - TODOS OS ORÇAMENTOS
SUBTÍTULO	110574 - SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOMPR
ÓRGÃO SUPERIOR	20101 - PRESIDENCIA DA REPUBLICA

VALORES EM UNIDADES DE REAL

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUANTITATIVAS		
	2017	2016
Tributárias	-	-
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria	-	-
Contribuições	-	-
Custo - Mercadorias, Produtos Vend. e dos Serviços Prestados	-	-
Custo das Mercadorias Vendidas	-	-
Custo dos Produtos Vendidos	-	-
Custo dos Serviços Prestados	-	-
Outras Variações Patrimoniais Diminutivas	-	-
Premiações	-	-
Resultado Negativo de Participações	-	-
Operações da Autoridade Monetária	-	-
Incentivos	-	-
Subvenções Econômicas	-	-
Participações e Contribuições	-	-
Constituição de Provisões	-	-
Diversas Variações Patrimoniais Diminutivas	-	-
RESULTADO PATRIMONIAL DO PERÍODO	-	-

VARIAÇÕES PATRIMONIAIS QUALITATIVAS		
	2017	2016

DECLARAÇÃO DO CONTADOR

Denominação Completa (UJ)	Código da UG
SECRETARIA DE COMUNICACAO SOCIAL/PR	110319

Com o objetivo de que a Declaração de Contador pudesse retratar de forma plena a situação orçamentária, financeira e patrimonial das Unidades Gestoras, esta Setorial Contábil de Órgão Superior encaminhou a todas as unidades jurisdicionadas à Presidência da República diversas Mensagens SIAFI destacando a importância de que por elas fossem atentamente verificados os teores das Macrofunções SIAFI 02.03.17 - Restos a Pagar e 02.03.18 - Encerramento do Exercício, além de especialmente observados os contratos, depreciação, amortização, adiantamento e obrigações de pessoal.

Além disso, as mensagens SIAFI também informaram sobre a importância do acompanhamento das conformidades contábeis dos meses de outubro, novembro e dezembro de 2017, bem como a transação CONDESAUD no SIAFI, a fim de promover as possíveis regularizações das ocorrências em tempo hábil.

Em razão do encerramento do exercício de 2017, no dia 01/12/2017 foi publicada no Diário Oficial da União a Portaria nº 292, de 30/11/2017, da Secretaria de Administração, da Secretaria-Geral da Presidência da República, que aprovou o calendário e as orientações sobre o encerramento contábil das atividades orçamentárias, financeiras e patrimoniais dos órgãos e entidades integrantes da Presidência da República e Vice-Presidência da República, referente ao exercício financeiro de 2017.

De acordo com análise realizada nos demonstrativos, balancetes e auditores contábeis (CONDESAUD), declaro que os demonstrativos contábeis constantes do SIAFI (Balanço Orçamentário, Financeiro, Patrimonial, Demonstração das Variações Patrimoniais, do Fluxo de Caixa e das Mutações do Patrimônio Líquido), regidos pela Lei nº 4.320/1964 e pela Norma Brasileira de Contabilidade Aplicada no Setor Público NBC T 16.6 aprovada pela Resolução CFC nº 1.133/2008, relativas ao exercício de 2017, refletem adequada e integralmente a situação orçamentária, financeira e patrimonial.

Estou ciente das responsabilidades civis e profissionais desta declaração.



Local	Brasília-DF.,	Data	29 /Jan/2018
Contador Responsável	CLEOMARA STRZELECKI	CRC nº	61.863-0/O RS

Cleomara Strzelecki
Secretaria-Geral de Contabilidade e Custos
CCONT/DIROP/SA/SG/PR

DECLARAÇÃO DO CONTADOR**Denominação Completa (UJ)****Código da UG****SECRETARIA DE
IMPrensa/SECOM/PR****110574**

Com o objetivo de que a Declaração de Contador pudesse retratar de forma plena a situação orçamentária, financeira e patrimonial das Unidades Gestoras, esta Setorial Contábil de Órgão Superior encaminhou a todas as unidades jurisdicionadas à Presidência da República diversas Mensagens SIAFI destacando a importância de que por elas fossem atentamente verificados os teores das Macrofunções SIAFI 02.03.17 - Restos a Pagar e 02.03.18 - Encerramento do Exercício, além de especialmente observados os contratos, depreciação, amortização, adiantamento e obrigações de pessoal.

Além disso, as mensagens SIAFI também informaram sobre a importância do acompanhamento das conformidades contábeis dos meses de outubro, novembro e dezembro de 2017, bem como a transação CONDESAUD no SIAFI, a fim de promover as possíveis regularizações das ocorrências em tempo hábil.

Em razão do encerramento do exercício de 2017, no dia 01/12/2017 foi publicada no Diário Oficial da União a Portaria nº 292, de 30/11/2017, da Secretaria de Administração, da Secretaria-Geral da Presidência da República, que aprovou o calendário e as orientações sobre o encerramento contábil das atividades orçamentárias, financeiras e patrimoniais dos órgãos e entidades integrantes da Presidência da República e Vice-Presidência da República, referente ao exercício financeiro de 2017.

De acordo com análise realizada nos demonstrativos, balancetes e auditores contábeis (CONDESAUD), declaro que os demonstrativos contábeis constantes do SIAFI (Balanço Orçamentário, Financeiro, Patrimonial, Demonstração das Variações Patrimoniais, do Fluxo de Caixa e das Mutações do Patrimônio Líquido), regidos pela Lei nº 4.320/1964 e pela Norma Brasileira de Contabilidade Aplicada no Setor Público NBC T 16.6 aprovada pela Resolução CFC nº 1.133/2008, relativas ao exercício de 2017, refletem adequada e integralmente a situação orçamentária, financeira e patrimonial.

Estou ciente das responsabilidades civis e profissionais desta declaração.

Local**Brasília-DF.,****Data**

29/Jan/2018

Contador Responsável**CLEOMARA STRZELECKI****CRC nº****61.863-0/O RS**

Cleomara Strzelecki
Coordenadora-Geral de Contabilidade e Custos
CCONT/DIROP/SA/SG/PR



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA-GERAL
SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DECLARAÇÕES DE INTEGRIDADE

1. As declarações referentes à integridade e completude de registros no Sistema de Avaliação e Registro dos Atos de Admissão e Concessões – Sisac e cumprimento das disposições da Lei nº 8.730/1993, quanto à entrega das declarações de bens e rendas são de responsabilidade da Diretoria de Gestão de Pessoas, da Secretaria de Administração da Secretaria de Geral da Presidência da República – Digep/SA/SG. Desta forma, reproduzimos nos itens 1.1 e 1.2 o conteúdo encaminhado pela Digep/SA/SG para composição da resposta:

1.1 *“A declaração abaixo tem por objetivo demonstrar a regularidade do registro dos atributos dos atos de admissão de pessoas e de concessão de aposentadoria, reforma e pensão do pessoal da Secretaria-Geral e dos demais órgãos da PR, administrados por esta UPC, no Sistema de Avaliação e Registro dos Atos de Admissão e Concessões (Sisac), conforme Instrução Normativa TCU 55/2007.*”

DECLARAÇÃO

Declaro junto aos órgãos de controle interno e externo que todos os atos de admissão de pessoal e de concessão de aposentadoria, reforma e pensão relativos ao pessoal dos órgãos da Presidência da República, administrados pela Secretaria-Geral da Presidência da República, estão devidamente registrados no Sistema de Avaliação e Registro dos Atos de Admissão e Concessões - Sisac para fins de registro junto ao Tribunal de Contas da União, conforme determina o inciso III do art. 71 da Constituição Federal e art. 2º da Instrução Normativa TCU 55/2007.

Brasília, 27 de fevereiro de 2018.


Antonia Valéria Martins Cordeiro
226.885.281-49

Diretora de Gestão de Pessoas da
Secretaria de Administração da
Secretaria-Geral da Presidência da República

Em 2017, participaram do controle administrativo interno para garantir o cumprimento da IN TCU nº 55/2007, que dispõe sobre o envio e a tramitação de informações alusivas a atos de admissão de pessoal e de concessão de aposentadoria, reforma e pensão, a Coordenação-Geral



de Gestão de Informações Funcionais (COGIF) da Diretoria de Gestão de Pessoas da Secretaria de Administração e a Secretaria de Controle Interno, ambas da SG/PR.

A COGIF é habilitada pela Ciset a acessar o sistema SISAC. Quando da admissão de novo servidor de cargo efetivo na PR, esta unidade de pessoal realiza o cadastro pessoal e funcional no Sistema de Pessoal da PR e no SIAPE, e lança as informações do ato de admissão, no SISAC. Em seguida, instrui processo eletrônico para Ciset, encaminhando documentos pessoais do servidor. Por fim, acompanha a emissão do parecer legal pela unidade de controle interno.

Os dados do SISAC e do processo eletrônico são analisados pela Ciset. Compete à ela realizar a auditoria nas informações e informar ao TCU.

Vale ressaltar que, em 2017, a Secretaria Nacional de Políticas para as Mulheres da Secretaria de Governo não publicou atos de admissão de pessoal, de concessão de aposentadoria, reforma ou de pensão. A SNPM/SEGOV é a única unidade organizacional da estrutura da Presidência da República sob a responsabilidade da Secretaria-Geral e administrada por esta UPC, com quadro de pessoal efetivo."

1.2 "A declaração abaixo compreende o conjunto de autoridades, servidores e empregados públicos obrigados a entregar a DBR pela Lei nº 8.730/93.

DECLARAÇÃO

Declaro junto aos órgãos de controle interno e externo, para fins de avaliação da evolução patrimonial e outras providências cabíveis, que os servidores da Secretaria-Geral da Presidência da República e dos órgãos da PR, administrados por esta UPC, obrigados pela Lei 8.730/1993, autorizaram o acesso à base da Receita Federal do Brasil, por meio do Formulário Autorização de Acesso aos Dados de Bens e Rendas das Declarações de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física, constante do Anexo II, IN TCU nº 67, de 06 de julho de 2011, e que quatro servidores preencheram o formulário constante do Anexo I, da referida IN.

Brasília, 27 de fevereiro de 2018.


Antônia Valéria Martins Cordero
226.885.281-49

Diretora de Gestão de Pessoas da
Secretaria de Administração da
Secretaria-Geral da Presidência da República



A unidade interna incumbida de gerenciar a recepção das Declarações de Bens e Renda (DBR) na Presidência, em relação a esta UPC e aos órgãos cujas atividades administrativas são de responsabilidade da Secretaria-Geral, é a Coordenação-Geral de Gestão de Informações Funcionais (COGIF) da Diretoria de Gestão de Pessoas da Secretaria de Administração.

A autoridade ou servidor obrigado a apresentar a DBR o faz mediante entrega da declaração em papel ou preenche o Formulário de Autorização de Acesso aos Dados de Bens e Rendas das Declarações de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física, constante do Anexo II, IN TCU nº 67, de 06 de julho de 2011, em papel.

Os servidores nomeados, ocupantes de cargos em comissão, fornecem regularmente a autorização de acesso à base de dados da Receita Federal ao preencherem o formulário de autorização de acesso constante do KitPosse da Presidência, quando do seu ingresso. O formulário de autorização de acesso fica arquivado na pasta da autoridade ou servidor e a informação da entrega das DBR é registrada no Sistema de Pessoal da PR, no Módulo de Controle de Entrega das DBR. A DBR constitui-se um processo, como determinado pela IN TCU nº 67/2011.

Em 2017, somente quatro servidores fizeram a opção pelo Anexo I, ou seja, fizeram a entrega da DBR em papel.”

2. Declaração sobre a conformidade contábil dos atos e fatos da gestão orçamentária, financeira e patrimonial

Conforme Declaração do Contador (constantes do item 3) não houve registro de pendências / restrições para o exercício de 2017 para as UGs 110319 e 110574.



3. Declaração do contador sobre a fidedignidade dos registros contábeis no Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal – SIAFI

DECLARAÇÃO DO CONTADOR											
Denominação Completa (UJ)		Código da UG									
SECRETARIA DE COMUNICACAO SOCIAL/PR		110319									
<p>Com o objetivo de que a Declaração de Contador pudesse retratar de forma plena a situação orçamentária, financeira e patrimonial das Unidades Gestoras, esta Setorial Contábil de Órgão Superior encaminhou a todas as unidades jurisdicionadas à Presidência da República diversas Mensagens SIAFI destacando a importância de que por elas fossem atentamente verificados os teores das Macrofunções SIAFI 02.03.17 - Restos a Pagar e 02.03.18 - Encerramento do Exercício, além de especialmente observados os contratos, depreciação, amortização, adiantamento e obrigações de pessoal.</p> <p>Além disso, as mensagens SIAFI também informaram sobre a importância do acompanhamento das conformidades contábeis dos meses de outubro, novembro e dezembro de 2017, bem como a transação CONDESAUD no SIAFI, a fim de promover as possíveis regularizações das ocorrências em tempo hábil.</p> <p>Em razão do encerramento do exercício de 2017, no dia 01/12/2017 foi publicada no Diário Oficial da União a Portaria nº 292, de 30/11/2017, da Secretaria de Administração, da Secretaria-Geral da Presidência da República, que aprovou o calendário e as orientações sobre o encerramento contábil das atividades orçamentárias, financeiras e patrimoniais dos órgãos e entidades integrantes da Presidência da República e Vice-Presidência da República, referente ao exercício financeiro de 2017.</p> <p>De acordo com análise realizada nos demonstrativos, balanços e auditores contábeis (CONDESAUD), declaro que os demonstrativos contábeis constantes do SIAFI (Balanço Orçamentário, Financeiro, Patrimonial, Demonstração das Variações Patrimoniais, do Fluxo de Caixa e das Mutações do Patrimônio Líquido), regidos pela Lei nº 4.320/1964 e pela Norma Brasileira de Contabilidade Aplicada no Setor Público NBC T 16.6 aprovada pela Resolução CFC nº 1.133/2008, relativas ao exercício de 2017, refletem adequada e integralmente a situação orçamentária, financeira e patrimonial.</p> <p style="text-align: center;">Estou ciente das responsabilidades civis e profissionais desta declaração.</p> <div style="text-align: right;"></div> <table border="1"><thead><tr><th>Local</th><th>Brasília-DF.,</th><th>Data</th><th>24 /Jan/2018</th></tr></thead><tbody><tr><td>Contador Responsável</td><td>CLEOMARA STRZELECKI</td><td>CRC nº</td><td>61.863-0/ORS</td></tr></tbody></table>				Local	Brasília-DF.,	Data	24 /Jan/2018	Contador Responsável	CLEOMARA STRZELECKI	CRC nº	61.863-0/ORS
Local	Brasília-DF.,	Data	24 /Jan/2018								
Contador Responsável	CLEOMARA STRZELECKI	CRC nº	61.863-0/ORS								

Cleomara Strzelecki
Técnicada-Geral de Contabilidade e Custos
CONT/DIRDF/SA/SQ/PR



DECLARAÇÃO DO CONTADOR			
Denominação Completa (UJ)		Código da UG	
SECRETARIA DE IMPRENSA/SECOM/PR		110574	
<p>Com o objetivo de que a Declaração de Contador pudesse retratar de forma plena a situação orçamentária, financeira e patrimonial das Unidades Gestoras, esta Setorial Contábil de Órgão Superior encaminhou a todas as unidades jurisdicionadas à Presidência da República diversas Mensagens SIAFI destacando a importância de que por elas fossem atentamente verificados os teores das Macrofunções SIAFI 02.03.17 - Restos a Pagar e 02.03.18 - Encerramento do Exercício, além de especialmente observados os contratos, depreciação, amortização, adiantamento e obrigações de pessoal.</p> <p>Além disso, as mensagens SIAFI também informaram sobre a importância do acompanhamento das conformidades contábeis dos meses de outubro, novembro e dezembro de 2017, bem como a transação CONDESAUD no SIAFI, a fim de promover as possíveis regularizações das ocorrências em tempo hábil.</p> <p>Em razão do encerramento do exercício de 2017, no dia 01/12/2017 foi publicada no Diário Oficial da União a Portaria nº 292, de 30/11/2017, da Secretaria de Administração, da Secretaria-Geral da Presidência da República, que aprovou o calendário e as orientações sobre o encerramento contábil das atividades orçamentárias, financeiras e patrimoniais dos órgãos e entidades integrantes da Presidência da República e Vice-Presidência da República, referente ao exercício financeiro de 2017.</p> <p>De acordo com análise realizada nos demonstrativos, balancetes e auditores contábeis (CONDESAUD), declaro que os demonstrativos contábeis constantes do SIAFI (Balanço Orçamentário, Financeiro, Patrimonial, Demonstração das Variações Patrimoniais, do Fluxo de Caixa e das Mutações do Patrimônio Líquido), regidos pela Lei nº 4.320/1964 e pela Norma Brasileira de Contabilidade Aplicada no Setor Público NBC T 16.6 aprovada pela Resolução CFC nº 1.133/2008, relativas ao exercício de 2017, refletem adequada e integralmente a situação orçamentária, financeira e patrimonial.</p> <p style="text-align: center;">Estou ciente das responsabilidades civis e profissionais desta declaração.</p> <p style="text-align: right;"></p>			
Local	Brasília-DF.,	Data	29/Jan/2018
Contador Responsável	CLEOMARA STRZELECKI	CRC nº	61.863-0/ORS

Cleomara Strzelecki
Coordenadora-Geral de Contabilidade e Custos
CCONT/DIROP/SA/SG/PR



4. Declaração de integridade e completude das informações sobre contratos e convênios nos sistemas estruturantes da Administração Pública Federal

DECLARAÇÃO

Eu, Liza Fernanda Fernandes Ribeiro Villas-Boas Agra, CPF nº 958.830.373-72, Diretora do Departamento de Orientações Normativas para Comunicação, exercido na Secretaria Especial de Comunicação Social, declaro junto aos órgãos de controle interno e externo que todas as informações referentes a contratos firmados até o exercício de 2017 por esta Unidade estão disponíveis no Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais – SIASG, conforme estabelece Lei de Diretrizes Orçamentárias do exercício de 2017 e suas correspondentes em exercícios anteriores.

Brasília, 02 de abril de 2018.

Liza Fernanda Fernandes Ribeiro Villas-Boas Agra

CPF: 958.830.373-72

Diretora de Orientações Normativa para a Comunicação
Secretaria Especial de Comunicação Social – Secom/SG/PR

5. Declaração de integridade dos registros das informações no Sistema Integrado de Planejamento e Orçamento

DECLARAÇÃO

Declaro junto aos órgãos de controle interno e externo que todas as informações para monitoramento do PPA exigidas no Módulo de Monitoramento Temático do Sistema Integrado de Planejamento e Orçamento – SIOP, cuja responsabilidade pela coleta e atualização no referido Sistema são de responsabilidade desta unidade prestadora de contas, estão devidamente atualizados no SIOP conforme as orientações do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

Brasília, 02 de abril de 2018.

Maria Lúcia Valadares e Silva

CPF: 452.205.496-34

Secretária de Gestão e Controle
Secretaria Especial de Comunicação Social – Secom/SG/PR



DECLARAÇÃO

Declaro junto aos órgãos de controle interno e externo que todas as informações sobre a execução física e financeira das ações da Lei Orçamentária Anual exigidas no Módulo de Acompanhamento Orçamentário do Sistema Integrado de Planejamento e Orçamento – SIOP, cuja responsabilidade pela coleta e atualização no referido Sistema são de responsabilidade desta unidade prestadora de contas, estão devidamente atualizados no SIOP conforme as orientações do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

Brasília, 02 de abril de 2018.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'MLV', is positioned above the typed name of the signatory.

Maria Lúcia Valadares e Silva

CPF: 452.205.496-34

Secretária de Gestão e Controle

Secretaria Especial de Comunicação Social – Secom/SG/PR