



**MINAS  
GERAIS**

GOVERNO  
DIFERENTE.  
ESTADO  
EFICIENTE.

# **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL ASSEMBLEIA FISCALIZA**

(JUNHO/2023)



## ÊNFASES APROVADAS

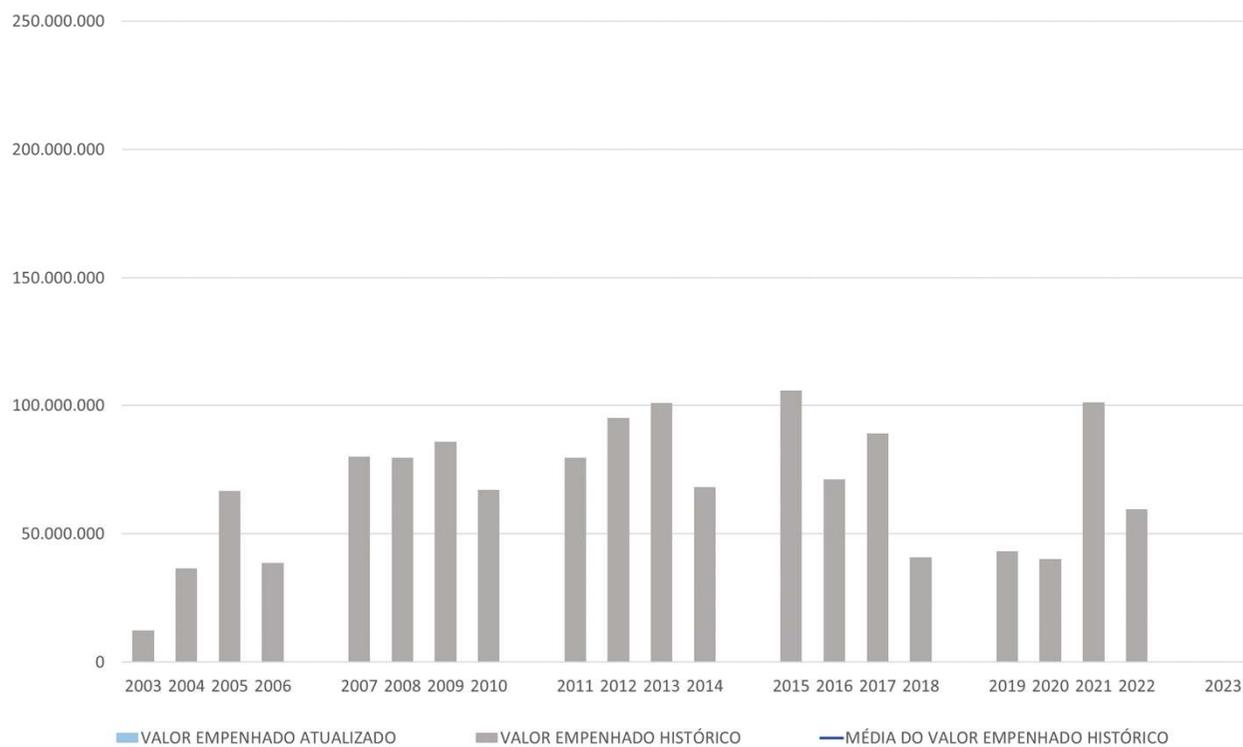
Período Analisado: 01 de janeiro a 31 de maio de 2023

- **Gastos com Publicidade Institucional**
- **Influência das redes sociais na comunicação do Poder Executivo**
- **Planejamento, execução e acompanhamento da política estadual de comunicação social**
- **Relação de quais campanhas estão atualmente sendo veiculadas** e quais estão em planejamento para a divulgação de Minas Gerais como destino turístico, em particular após a aprovação da Lei nº 24.090, de 2022, que buscou facilitar a divulgação da cultura, do turismo e da gastronomia do Estado fora do território mineiro, e detalhamento de quais os programas e ações que serão consignados no Plano Plurianual de Ação Governamental e no orçamento para os próximos anos.

# DESPESAS DE PUBLICIDADE

Período Analisado: 01 de janeiro a 31 de maio de 2023

## Valores empenhados históricos

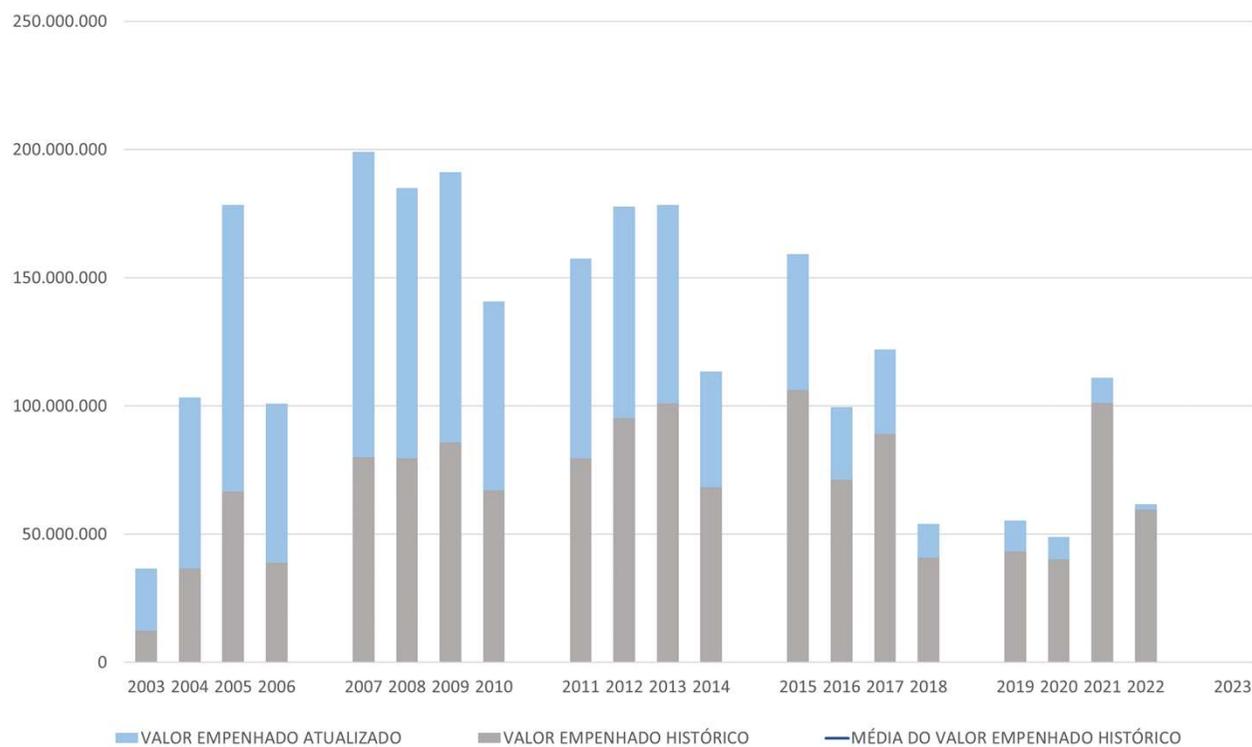


Fonte: SIAFI – 2003/2022

# DESPESAS DE PUBLICIDADE

Período Analisado: 01 de janeiro a 31 de maio de 2023

## + Valores empenhados atualizados

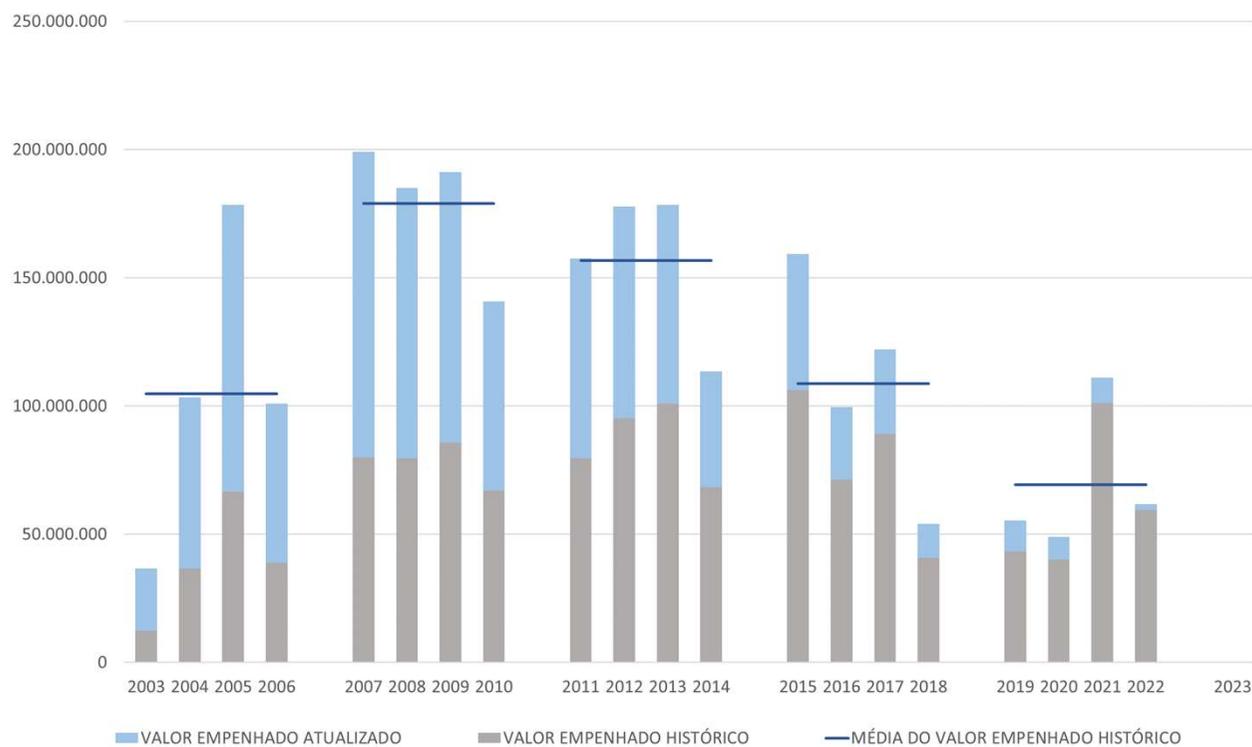


Fonte: SIAFI – 2003/2022 e Índice Correção TJMG

# DESPESAS DE PUBLICIDADE

Período Analisado: 01 de janeiro a 31 de maio de 2023

## + Média por mandato

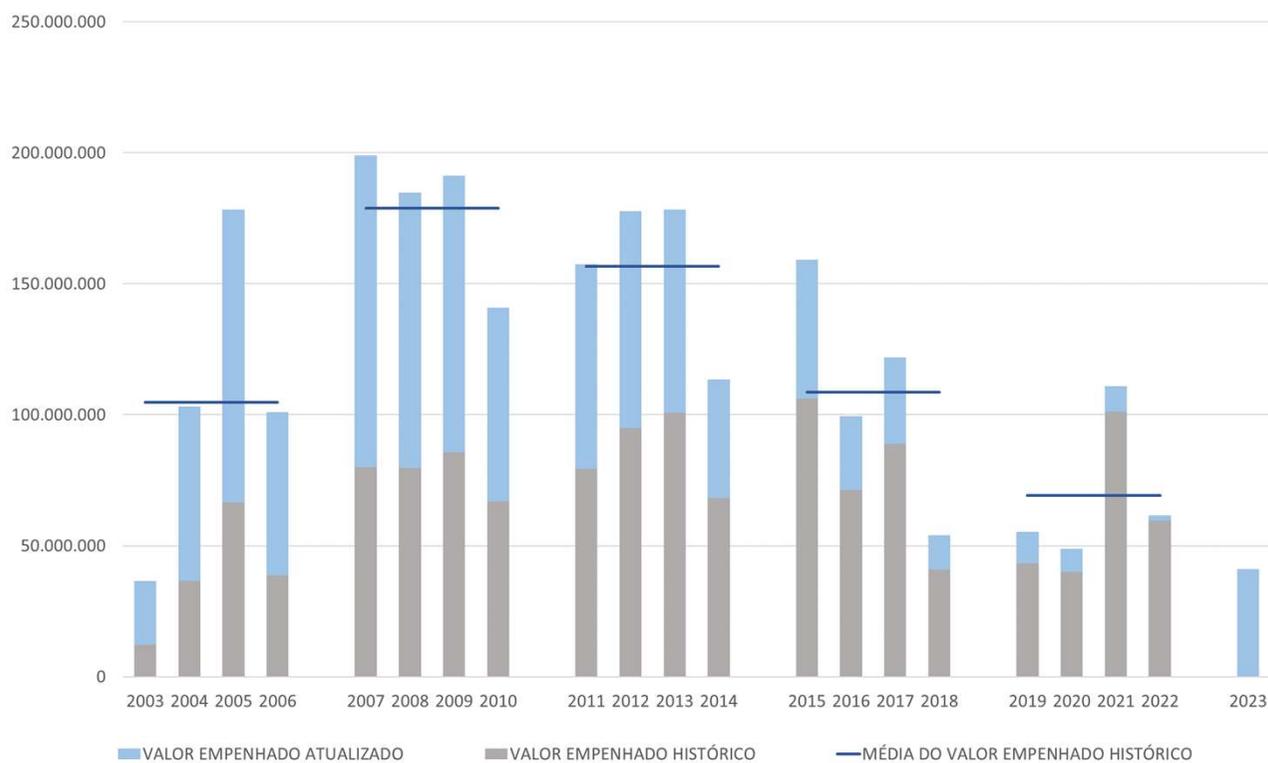


Fonte: SIAFI – 2003/2022 e Índice Correção TJMG

# DESPESAS DE PUBLICIDADE

Período Analisado: 01 de janeiro a 31 de maio de 2023

## Valores empenhados Janeiro a Maio 2023



Fonte: SIAFI – 2003/ maio 2023 e Índice Correção TJMG

# DESPESAS DE PUBLICIDADE

Últimos Exercícios

## Valores empenhados, liquidados e pagos

EXERCÍCIO	VALOR EMPENHADO HISTÓRICO	VALOR EMPENHADO ATUALIZADO	VALOR LIQUIDADO	VALOR PAGO
2003	12.241.664,46	40.184.638,33	9.904.176,42	9.458.944,11
2004	36.515.640,03	108.590.736,15	27.670.694,95	27.360.040,37
2005	66.591.731,71	186.587.634,95	42.159.180,77	35.720.803,42
2006	38.642.885,57	103.073.470,95	32.532.178,17	31.946.285,63
2007	79.917.294,26	207.332.976,83	60.253.797,72	59.397.211,53
2008	79.556.500,57	196.277.486,24	60.362.798,23	59.547.398,41
2009	85.687.652,94	198.535.926,88	70.160.978,40	68.961.932,71
2010	66.928.012,35	148.943.144,72	57.437.103,82	56.746.917,54
2011	79.491.842,02	166.160.382,42	66.638.071,36	65.594.315,38
2012	95.037.135,45	187.268.736,65	81.376.109,13	80.505.157,88
2013	100.754.060,80	186.947.164,88	76.635.224,86	72.756.701,03
2014	68.172.205,70	119.826.613,19	67.862.001,70	66.643.162,65
2015	106.078.735,33	175.523.052,12	68.053.427,49	46.289.832,11
2016	71.173.707,73	105.833.573,87	68.018.059,87	35.102.887,50
2017	88.928.980,99	124.071.357,66	79.452.069,13	43.885.196,44
2018	40.775.529,49	55.736.894,93	64.678.847,84	28.563.688,93
2019	* 43.217.735,71	* 57.113.918,91	* 20.978.392,42	14.512.340,00
2020	* 40.096.060,90	* 50.715.638,96	* 40.662.371,72	29.009.278,38
2021	* 101.117.267,04	* 121.291.375,22	* 69.376.003,51	38.719.755,40
2022	* 59.508.627,35	* 64.797.748,20	* 61.247.312,43	17.390.258,62
2023	32.954.160,25	32.954.160,25	8.220.889,48	6.886.611,20

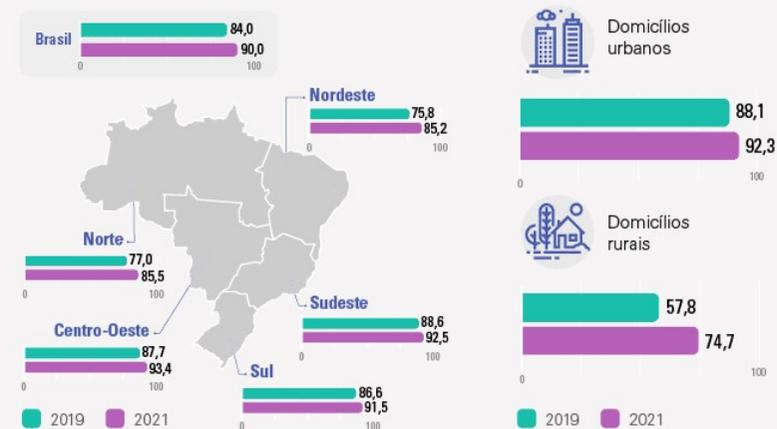
\*Acrescido de valores de TDCO, que é pago com recurso da Secretaria demandante.

# INFLUÊNCIAS REDES SOCIAIS

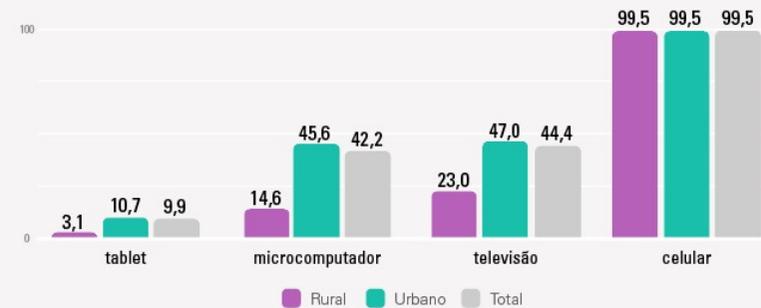
## NA COMUNICAÇÃO DO PODER EXECUTIVO

### Panorama do uso da Internet no país (%)

#### Uso de internet nos domicílios



#### Equipamento utilizado para o acesso - 2021



Fonte: PNAD Contínua - Tecnologia da Informação e Comunicação - 2021

# INFLUÊNCIAS REDES SOCIAIS

## NA COMUNICAÇÃO DO PODER EXECUTIVO

### Pessoas que utilizaram a Internet na população de 10 anos ou mais de idade (%)

Segundo os grupos de idade



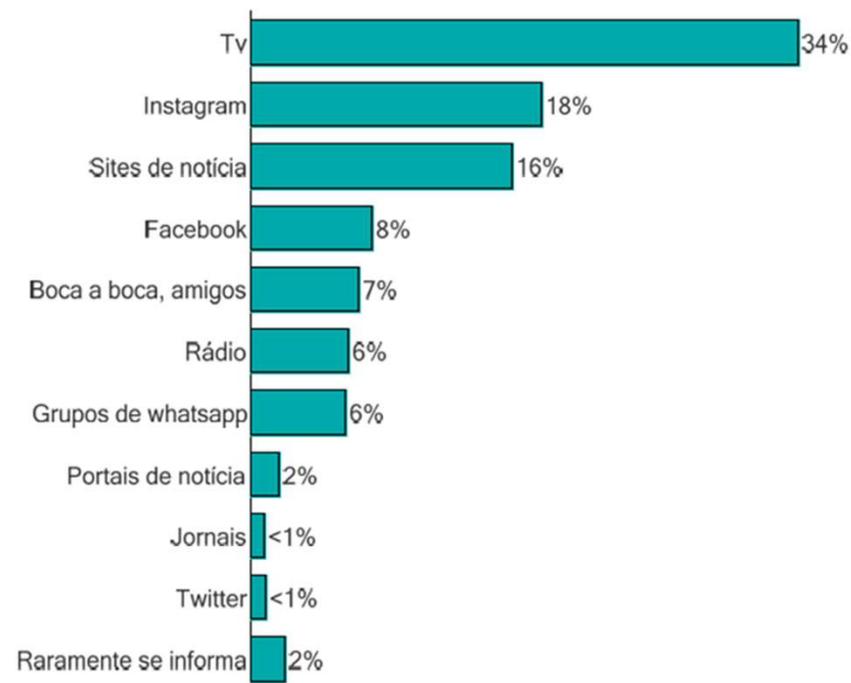
Fonte: PNAD Contínua - Tecnologia da Informação e Comunicação - 2021

# INFLUÊNCIAS REDES SOCIAIS

## NA COMUNICAÇÃO DO PODER EXECUTIVO

### MEIO OBTÉM INFORMAÇÕES SOBRE ASSUNTOS RELATIVOS A MINAS GERAIS - ESTIMULADA

Pergunta: "Como, principalmente você se informa sobre assuntos, acontecimentos relativos a Minas Gerais?"



Fonte: Pesquisa Arko – Secom 2022

# INFLUÊNCIAS REDES SOCIAIS

NA COMUNICAÇÃO DO PODER EXECUTIVO

## Campanhas veiculadas nas redes sociais

Investimento em Redes Sociais Janeiro a Maio de 2023		
Campanha	Período	Valor investido
Trilhas de Futuro	Janeiro	193.000,00
Combate à Violência Doméstica e Femicídio	Janeiro/Fevereiro	100.000,00
Minas Business Connection	Fevereiro	62.500,00
Aids Carnaval		199.334,88
Carnaval da Liberdade		83.600,00
Tuberculose	Março	40.000,00
Acolhimento da Mulher contra a Violência Doméstica		169.402,08
Promoção do Turismo em Minas		143.334,06
Aedes	Abril	285.855,45
Compete Minas		46.300,00
Vacinação Gripe	Maio	150.000,00
<b>Total</b>		<b>1.473.326,47</b>

# INFLUÊNCIAS REDES SOCIAIS

NA COMUNICAÇÃO DO PODER EXECUTIVO

## Campanhas veiculadas nas redes sociais

Investimento em Redes Sociais - Janeiro a Maio de 2023			
Campanha	Período	Plataforma	Cliques entregues
Trilhas de Futuro	Janeiro	Facebook e Instagram (Teaser)	206.289
		Tik Tok (Teaser)	42.858
	Fevereiro	Facebook e Instagram (Inscrições)	148.147
		Linkedin (Inscrições)	11.839
		Tik Tok (Inscrições)	65.405
		Spotify (Inscrições)	874.822
		Youtube (Inscrições)	46.784
		Programática (Inscrições)	115.323
	Fevereiro e Março	Facebook e Instagram (Matriculas)	80.281
		Programática (Matriculas)	44.275
	Março	Facebook e Instagram (Vagas residuais)	54.716
		Tik Tok (Vagas residuais)	206.628
		Programática (Vagas residuais)	106.653
Combate à Violência Doméstica e Femicídio	Janeiro e Fevereiro	Facebook	2.198.974
Minas Business Connection	Fevereiro	Linkedin	5.918
Aids Carnaval		Facebook e Instagram	224.017
		Programática	212.135

# INFLUÊNCIAS REDES SOCIAIS

NA COMUNICAÇÃO DO PODER EXECUTIVO

## Campanhas veiculadas nas redes sociais

Investimento em Redes Sociais - Janeiro a Maio de 2023			
Campanha	Período	Plataforma	Cliques entregues
Carnaval da Liberdade	Fevereiro	Facebook e Instagram	127.924
		Programática	42.232.191
Tuberculose	Março	Facebook e Instagram	52.914
Acolhimento da Mulher contra a Violência Doméstica		Facebook e Instagram	141.996
		Programática	29.301.646
		Youtube	23.579
Promoção do Turismo em Minas		Facebook e Instagram	532.681
		Programática	27.444.931
		Youtube	29.139
Aedes	Abril	Facebook e Instagram	362.159
		Programática	261.250
		Tik Tok	200.237
		Youtube	14.302
Compete Minas		Linkedin	7.346
Vacinação Gripe Influenza	Maio	Facebook e Instagram	230.925
		Programática	23.700.562
<b>Total</b>			<b>129.308.846</b>

# PLANEJAMENTO, EXECUÇÃO E ACOMPANHAMENTO

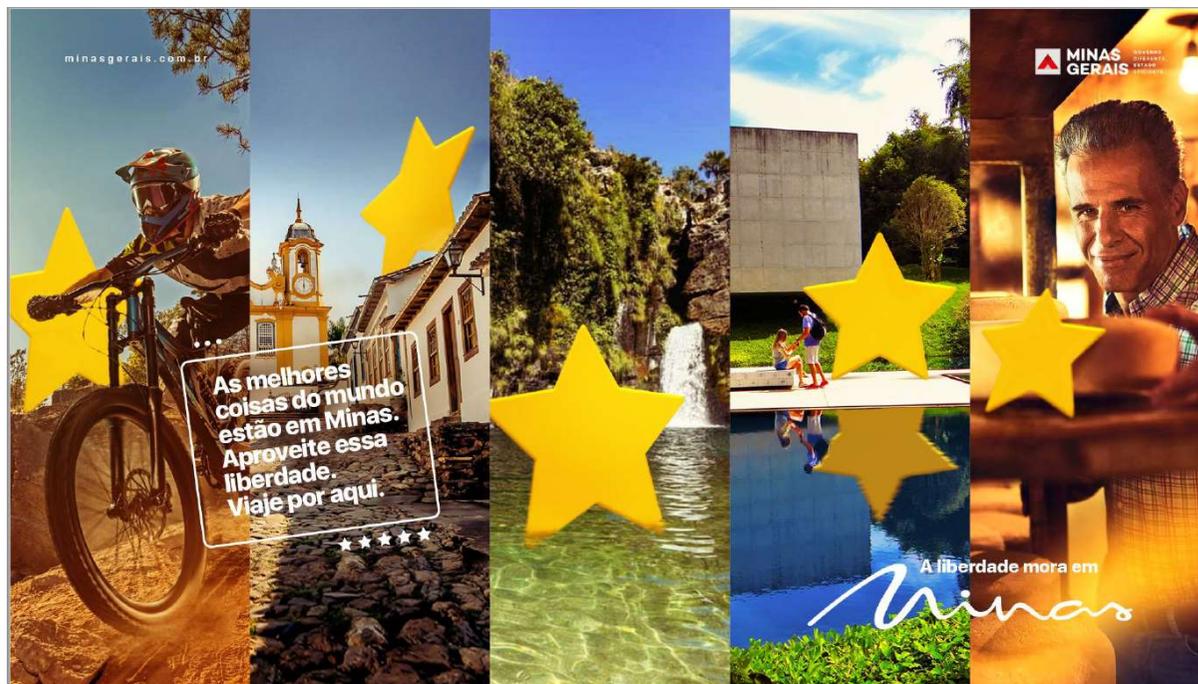
DA POLÍTICA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO PODER EXECUTIVO

## Programação de Campanhas

CAMPANHAS 2023				
JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO
Trilhas de Futuro				
	Aids Carnaval			
			Vaci Covid + Influenza	Vaci Covid + Influenza
Violência contra Mulher		Violência contra Mulher		
			Violência contra Criança	
				Provias - 2ª onda + Rodoanel
	Carnaval da liberdade			
			Dengue, Chikungunya e Zika	

# RELAÇÃO DE QUAIS CAMPANHAS ESTÃO ATUALMENTE SENDO VEICULADAS

PARA DIVULGAÇÃO DE MINAS GERAIS COMO DESTINO TURÍSTICO





# **Gerenciamento de Riscos da Despesa de Publicidade**

## **Digitalização e criação do Sistema Finanpub**

### **Manuais de Publicidade**



**Obrigado!**



# OUTRAS INFORMAÇÕES



Cultura	Relação de quais campanhas estão atualmente sendo veiculadas e quais estão em planejamento para a divulgação de Minas Gerais como destino turístico, em particular após a aprovação da Lei nº 24.090, de 2022, que buscou facilitar a divulgação da cultura, do turismo e da gastronomia do Estado fora do território mineiro, e <b>detalhamento de quais os programas e ações que serão consignados no Plano Plurianual de Ação Governamental e no orçamento para os próximos anos.</b>
---------	--

O programa da SECOM é o 118 – Comunicação Institucional e de Utilidade Pública, cujo objetivo é promover a comunicação do governo com a sociedade civil e ampliar o acesso às informações de interesse público por meio da prestação de serviços das assessorias de eventos e cerimonial, imprensa e publicidade. Dentro dessa estrutura de planejamento, a ação 2059 – Assessoria de Publicidade, é a dotação que detém os recursos orçamentários para fins de publicidade e propaganda. Sendo que a finalidade é difundir ideias ou informar o público geral e cumprir o princípio constitucional da publicidade, mediante divulgação de atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados que visam prestar contas, esclarecer, orientar, educar, mobilizar, prevenir ou alertar a população. Para tanto, foi autorizado no orçamento 2023, o montante de R\$ 130.000.000,00 (cento e trinta milhões) para tais despesas.

Nesse momento, estamos trabalhando na elaboração do novo Plano Plurianual de Ação Governamental – PPAG 2024-2027 e elaboração da Lei Orçamentária Anual referente ao exercício de 2024, ambas a serem encaminhadas ao Poder Legislativo até o dia 30/09/2023.

Para conhecimento,

- Programa 118 - [https://drive.google.com/file/d/1mej\\_ZqpTX\\_FBpiy788Mem01-wbGWS85e/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1mej_ZqpTX_FBpiy788Mem01-wbGWS85e/view?usp=sharing)
- Ação 2059 - <https://drive.google.com/file/d/1UdF15i7Bq64330vGpVICfcmPjbLhUo/view?usp=sharing>

## CAMPANHAS DIVULGAÇÃO DE MINAS LEI 24.090, DE 2022

---

*“Relação de quais campanhas estão atualmente sendo veiculadas e quais estão em planejamento para a divulgação de Minas Gerais como destino turístico, em particular após a aprovação da Lei nº 24.090, de 2022”:*

É vedado aos órgãos e às entidades a que se refere o art. 1º desta lei veicular, direta ou indiretamente, propaganda ou publicidade de qualquer natureza fora do território do Estado.

Parágrafo único - A vedação de que trata o "caput" deste artigo não se aplica:

I - a entidade da administração indireta que enfrente concorrência de mercado;

II - a campanha publicitária direcionada à população de outros Estados.

**III - à divulgação da cultura, do turismo e da gastronomia do Estado.**

Campanha 5 Estrelas: link <https://drive.google.com/file/d/1W2utPdbMQU3aP6nMDilo2i9hWbyDWwoU/view?usp=sharing>

Valor investimento: R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais)

Período: julho de 2023



## LEI 3% PUBLICIDADE EMC Lei nº 23.304, de 30/05/2019

Art. 130 - Caberão à TV Minas e à Rádio Inconfidência ou, eventualmente, à Empresa Mineira de Comunicação, sua sucessora, conforme a Lei nº 22.294, de 2016, **3% (três por cento) dos recursos destinados à publicidade governamental**, incluídos os destinados aos órgãos e entidades da administração direta e indireta e empresas controladas pelo Estado.

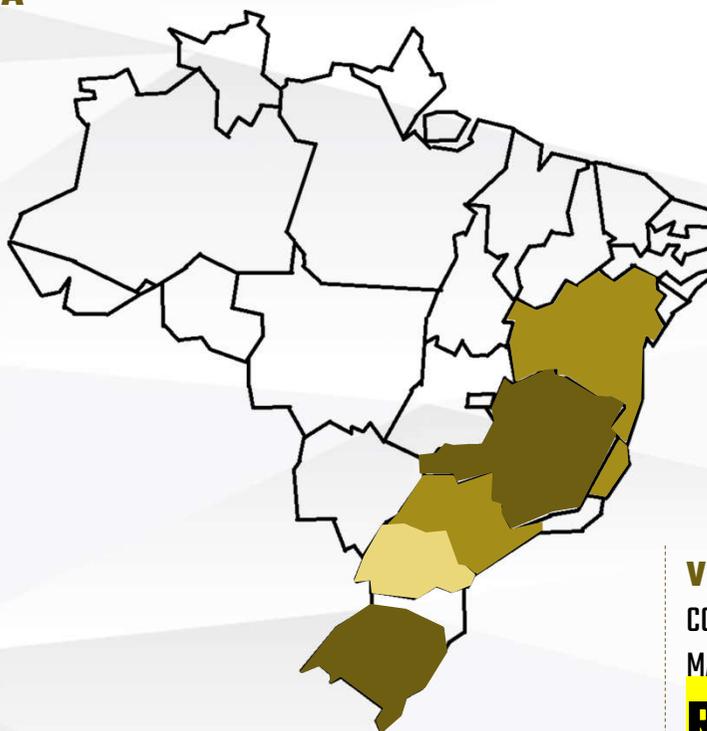
RESUMO DE INVESTIMENTOS EMC - SECRETARIA GERAL	
REDE MINAS e RÁDIO INCONFIDÊNCIA	
2022	
ITEM	VALOR
Total Empenhado em Publicidade	R\$ 59.508.627,35
3% EMC	R\$ 1.785.258,82
Total destinado à EMC	<b>R\$ 2.071.534,77</b>
Valor Excedido 3%	<b>R\$ 286.275,95</b>
Obs.: Valores investidos de janeiro a dezembro 2022	

# VERBA PUBLICITÁRIA

RELACIONADA À POPULAÇÃO

<b>SP 200</b> mi	R\$4,24 (47M hab)
<b>MG 70</b> mi	R\$3,25 (21,5M hab)
<b>RJ 125</b> mi	R\$7,11 (17,5M hab)
<b>BA 142</b> mi	R\$9,48 (15M hab)
<b>PR 95</b> mi	R\$8,19 (11,5M hab)
<b>RS 51,8</b> mi	R\$4,50 (11,5M hab)
<b>ES 75</b> mi	R\$18,25 (4M hab)
<b>DF 160</b> mi	R\$51,71 (3M hab)

**VERBA PUBLICITÁRIA**  
(Por hab.)



**MÉDIA ENTRE OS 6 ESTADOS MAIS POPULOSOS**

(Por hab.) **R\$6,13**

**VERBA PUBLICITÁRIA IDEAL**  
CONSIDERANDO A MÉDIA ENTRE OS 6 ESTADOS  
MAIS POPULOSOS

**R\$ 131.759.166,67**

## REFERÊNCIAS:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/panorama>  
<https://www.al.sp.gov.br> | <https://www.almg.gov.br> | <https://www.alerj.rj.gov.br> |  
<https://www.al.ba.gov.br>  
<https://www.aem.pr.gov.br> | <https://estado.rs.gov.br> | <https://www.es.gov.br>  
<https://www.agenciabrasilia.df.gov.br>

SECRETARIA – GERAL  
Núcleo Central de Publicidade

 **MINAS GERAIS**  
GOVERNO DIFERENTE.  
ESTADO EFICIENTE.

# VERBA PUBLICITÁRIA

RELACIONADA AO ORÇAMENTO DOS ESTADOS

**% DA VERBA  
PUBLICITÁRIA NO  
ORÇAMENTO**

**SP 286,7** bi

0,06

**MG 126** bi

0,05

**RJ 85,8** bi

0,14

**BA 49,3** bi

0,28

**PR 54,6** bi

0,17

**RS 50,1** bi

0,10

**ES 20,2** bi 0,37

**DF 31** bi 0,51

**%**



**PERCENTUAL MÉDIO ENTRE  
OS 6 ESTADOS MAIOR  
ORÇAMENTO**

**0,13%**

**VALOR ESTIMADO DA VERBA  
PUBLICITÁRIA  
CONSIDERANDO A MÉDIA PERCENTUAL  
ENTRE OS 6 ESTADOS MAIOR  
ORÇAMENTO**

**R\$ 163,8 mi**

## REFERÊNCIAS:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/panorama>  
<https://www.al.sp.gov.br/> | <https://www.almg.gov.br/> | <https://www.alerj.rj.gov.br/> |  
<https://www.al.ba.gov.br/>  
<https://www.aen-pr.gov.br/> | <https://estado.rs.gov.br/> | <https://www.es.gov.br/>  
<https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/>

SECRETARIA – GERAL  
Núcleo Central de Publicidade



# VERBA PUBLICITÁRIA REAJUSTE INFLACIONÁRIO

2015	Pimentel	R\$ 100.000.000,00
------	----------	--------------------

Dados básicos da correção pelo IPCA (IBGE)	
Dados informados	
Data inicial	01/2016
Data final	03/2022
Valor nominal	R\$ 100.000.000,00 ( REAL )
Dados calculados	
Índice de correção no período	1,40566800
Valor percentual correspondente	40,566800 %
Valor corrigido na data final	R\$ 140.566.800,00 ( REAL )

**VERBA ATUALIZADA IPCA: R\$ 140 milhões**

Dados básicos da correção pelo IGP-M (FGV)	
Dados informados	
Data inicial	01/2016
Data final	03/2022
Valor nominal	R\$ 100.000.000,00 ( REAL )
Dados calculados	
Índice de correção no período	1,88222880
Valor percentual correspondente	88,222880 %
Valor corrigido na data final	R\$ 188.222.880,00 ( REAL )

**VERBA ATUALIZADA IGP-M: R\$ 188 milhões**



## SEGURANÇA JURÍDICA

- Lei Federal específica: 12.232/2010
- Define normas de licitação e contratação de serviços de publicidade pela Adm. Pública.
- Define o que não pode: Imprensa, Eventos, Patrocínios, Pesquisas Diversas.

## SEGURANÇA TÉCNICA

- **Pesquisa Ibope Kantar e Pesquisas Secom** para correta alocação da verba publicitária nos meios de divulgação.
- Rigor na auditoria e checagem das despesas.

# Publicação Trimestral Despesa de Publicidade:

**I - órgão executante ou empresa contratante;**

**II - objeto e finalidade da publicidade;**

**III - empresa publicitária;**

**IV - valor contratado, valor executado no período e fonte dos recursos;**

**V - período de veiculação.**

**VI - público estimado e avaliação dos resultados da campanha.**