



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
Secretaria de Governo
Gabinete da Secretaria de Governo da Presidência da República

OFÍCIO Nº 82/2020/SEGOV-GAB/SEGOV/PR

Brasília, 25 de junho de 2020.

À Senhora
Soraya Santos
Primeira-Secretária da Mesa da Câmara dos Deputados
Praça dos Três Poderes, Edifício Principal, sala 27
CEP: 70.160-900 Brasília/DF

Assunto: Requerimento de Informação nº 364/2020 – Marcelo Calero

Senhora Deputada Federal,

1 Ao cumprimentá-la cordialmente, em atenção ao Ofício 1193/2020/1ª SEC/RI/E/CD (1909042), o qual *requer informações a respeito dos gastos com peças e ações publicitárias*, encaminho Nota Técnica 43 (1958889), Nota Informativa 22 (1950565), Anexo I (1949167), Anexo II (1949188) e Anexo III (1950045), a fim de responder os quesitos suscitados pelo Deputado Federal Marcelo Calero.

2 A Secretaria de Governo da Presidência da República reafirma seu compromisso republicano e institucional junto ao Parlamento Federal, colocando-se à disposição para fornecer quaisquer outras informações julgadas pertinentes.

Atenciosamente,

LUIZ EDUARDO RAMOS
Ministro-Chefe de Estado da Secretaria de Governo
da Presidência da República



horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida informando o código verificador **1965755** e o código CRC **2F0370A2** no site:

https://sei-pr.presidencia.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0

Referência: Caso responda este Ofício, indicar expressamente o Processo nº 324443/2020

SEI nº 1965755

PALÁCIO DO PLANALTO 4 º ANDAR SALA 432 — Telefone: 3411-1225

CEP 70057-900 Brasília/DF - <https://www.gov.br/planalto/pt-br>

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

Assessoria Especial da Secretaria de Governo da Presidência da República

Nota Técnica nº 43/2020/AESP/SEGOV

Assunto: Requerimento de Informação nº 364/2020 da lavra do Deputado Federal Marcelo Calero.**I – RELATÓRIO**

1. O Deputado Federal Marcelo Calero encaminhou o Requerimento de Informação nº 364/2020 à Secretaria de Governo da Presidência da República, a fim de solicitar "*informações dos gastos com peças e ações publicitárias*".
2. Eis o breve resumo dos fatos.

II – DO MÉRITO

3. *Prima facie*, impende destacar que compete à Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República realizar e orientar as ações de comunicação social do Governo Federal.

4. **Compulsando os autos do presente processo administrativo, verifica-se que a Secretaria Especial de Comunicação Social - por intermédio da Nota Informativa nº 22/2020/CGNOR/DEGEN/SGC/SECOM - respondeu de forma plena todas as informações solicitadas pelo Parlamentar Federal.**

5. Rememora-se, ainda, que a Administração Pública Federal, no regular uso de suas atribuições, detém o Poder-Dever de conferir efetividade aos mandamentos contidos no art. 37, *caput*, e §1º, da Constituição Federal. Eis a literalidade dos deveres estatais:

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:

§ 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.

6. **Assim, cabe ao Poder Executivo Federal dar ampla publicização aos atos administrativos, os de governo e os de gestão da administração pública.**

7. **O Dever Estatal é, simultaneamente, um direito fundamental do cidadão de ter acesso às informações estatais de forma completa e precisa, conforme as premissas estabelecidas no art. 5º, XIV, da Constituição Republicana e na Lei de Acesso à Informação.**

8. Desta forma, a Ministra Cármen Lúcia, em sua clássica obra Princípios Constitucionais da Administração Pública, é enfática ao afirmar que:

"A publicidade é, pois, fundamental para que os direitos conferidos constitucional e legalmente ao cidadão possam ser mais que letra de norma jurídica, mas tenham efetividade jurídica e social. Sem

a publicidade da conduta administrativa do Estado não há como se cogitar da juridicidade e da moralidade administrativa, logo, não se há pensar também na eficácia do princípio da responsabilidade pública. (...) A Democracia moderna e, em especial, aquela idealizada no Estado Contemporâneo, estabelece como princípio fundamental o da transparência, pois a relação política somente pode ser justificada pelo respeito ao outro e a todos, solapada como foi a tese e a prática de supremacia da vontade do governante sobre os governados.[...]"

9. Por conseguinte, verifica-se que as ações do Departamento de Publicidade e Promoção são um desdobramento do regular exercício de publicização dos atos da administração pública.

CONCLUSÃO

10. Diante do exposto, no tocante as informações requeridas, verifica-se que a Nota Informativa nº 22/2020/CGNOR/DEGEN/SGC/SECOM e a presente nota técnica contêm todos os dados fáticos e jurídicos necessários para a elucidação dos questionamentos do Nobre Parlamentar Federal.

11. **Logo, sugere-se ao Ministro da Secretaria de Governo que encaminhe à Primeira-Secretaria da Câmara dos Deputados: a presente nota técnica; a Nota Informativa nº 22 da SECOM; e os arquivos contidos nos Anexos I, II, III.**

PAULO BERNARDO SANTOS ANDRADE

Assessor Especial da Secretaria de Governo da Presidência da República
Procurador Federal - AGU



Documento assinado eletronicamente por **Paulo Bernardo Santos Andrade**, Assessoria Especial da Secretaria de Governo da Presidência da República, em 24/06/2020, às 16:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida informando o código verificador **1958889** e o código CRC **5F3EE5B0** no site:

https://sei-pr.presidencia.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
Secretaria de Governo
Secretaria Especial de Comunicação Social
Secretaria de Gestão e Controle
Departamento de Gestão e Normas
Coordenação-Geral de Orientações Normativas para Comunicação e Contrato

Nota Informativa nº 22/2020/CGNOR/DEGEN/SGC/SECOM

Assunto: **Requerimento de Informação nº 364/2020 – Marcelo Calero**

Referência: **processo SEI nº 324443/2020**

Resumo

1. Trata-se do Ofício 1ªSec/RI/E/nº 1193 (1909042), de 5 de maio de 2020, por meio do qual a Primeira-Secretária da Mesa da Câmara dos Deputados, Deputada federal **Soraya Santos**, encaminha o Requerimento de Informação nº 364/2020 (1909043), de 14 de junho de 2020, de autoria do Deputado **Marcelo Calero**, em que *“Requer informações da Secretaria de Governo a respeito dos gastos com peças e ações publicitárias”*.

Competências

2. Nos termos do inciso IV, do artigo 30, do Anexo I, da Estrutura Regimental da Secretaria de Governo da Presidência da República, aprovada pelo Decreto nº 9.980, de 20 de agosto de 2019, compete ao Departamento de Gestão e Normas (DEGEN), com participação da área técnica, apoiar o atendimento a requerimentos de informação formulados pelo Poder Legislativo federal sobre assuntos relativos à área de competência da Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria de Governo da Presidência da República (SECOM).

3. No presente caso, conforme inciso I, Art. 27 do Decreto 9.980, de 2019, cabe ao Departamento de Publicidade (DEPUB) da Secretaria de Publicidade e Promoção o referido apoio, porquanto está incumbido de *“desenvolver, em conjunto com o Departamento de Mídia e Promoção, as ações de publicidade no âmbito da Secretaria Especial de Comunicação Social e outras ações de publicidade demandadas pelos órgãos e entidades integrantes do SICOM”*.

Informações Iniciais

4. Em 15 de junho de 2020, o Assessor Especial da Secretaria de Governo da Presidência da República – AESP/SEGOV-PR solicitou ao Chefe de Gabinete desta SECOM, por meio da Nota Técnica 42

(1920444), que sejam fornecidas informações sobre as questões contidas no Requerimento de Informação em apreço, **até 18 de junho de 2020**.

5. Ato contínuo, o Chefe de Gabinete submeteu o assunto ao Secretário de Gestão e Controle Substituto, por meio do Despacho SEI nº 1944798, solicitando atendimento.

6. Dada a natureza do assunto, o Diretor do Departamento de Gestão e Normas (DEGEN) considerou pertinente solicitar, por meio do Despacho 1945609, subsídios ao Departamento de Publicidade da Secretaria de Publicidade e Promoção, para a elaboração de resposta ao citado Requerimento.

7. Nos termos do §2º, art. 50, da Constituição Federal de 1988, o prazo para atendimento aos pedidos de informação oriundos das casas legislativas é de 30 (trinta) dias, verbis:

§ 2º As Mesas da Câmara dos Deputados e do Senado Federal poderão encaminhar pedidos escritos de informações a Ministros de Estado ou a qualquer das pessoas referidas no caput deste artigo, importando em crime de responsabilidade a recusa, ou o não - atendimento, no prazo de trinta dias, bem como a prestação de informações falsas.

8. Considerando que o presente Requerimento fora recebido pelo Protocolo Central da SEGOV-PR em 26 de maio de 2020, a resposta a ser encaminhada pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da República, à Primeira Secretária da Mesa da Câmara dos Deputados, é até **25.06.2020**.

Questões Formuladas no Requerimento de Informações

9. Conforme acima relatado, o Requerimento de Informação versa sobre “gastos com peças e ações publicitárias”, cujas questões transcreve-se abaixo:

1. *Relação de todas as ações de publicidade do governo, de monitoramento de redes sociais e de impulsionamento de conteúdo, bem como a relação das empresas terceirizadas que fizeram esses trabalhos, a partir de 01/01/2019;*
2. *Relação de todas as empresas com as quais a Secom e a Secretaria de Governo mantêm contrato;*
3. *Relação de todos os artistas e personalidades que tenham participado de peças e ações publicitárias do governo, os respectivos valores pagos (a título de cachê ou participação), e quem realizou o pagamento (se o próprio Governo, por meio da Secom, ou se por meio de empresa terceirizada ou contratada), a partir de 01/01/2019.*

Justificativas

10. A título de justificação do Requerimento de Informação nº 364/2020, o parlamentar esclareceu que:

A publicidade governamental é instrumento de extrema importância na difusão de informações educativas e de interesse social junto à população. O governo federal, de posse de uma ampla rede de canais de rádio e TV espalhados pelo território nacional, bem como de vasta dotação orçamentária destinada para programas publicitários, está unicamente equipado para levar a cada cidadão informações confiáveis e relevantes a todo momento. Essa característica mostra-se especialmente útil em momentos de calamidade pública e grande comoção social, em que muitas vezes a sociedade precisa enfrentar não somente o fato ou fenômeno que originou a calamidade em si, mas deve travar ainda uma verdadeira batalha contra a ignorância e a desinformação que circula nos meios de comunicação.

A pandemia mundial do COVID-19 apresenta-se como um desses momentos cruciais em que cabe ao Estado tomar a iniciativa de educar seus cidadãos, propagando conhecimento e ao mesmo tempo

desmistificando boatos e notícias falsas de forma contundente, sob pena de colocar as vidas de milhões de cidadãos em risco.

Nas últimas semanas, temos notícia de ao menos três diferentes slogans que orientaram as ações publicitárias do governo federal em sua campanha de divulgação de informações para enfrentamento do novo coronavírus. Primeiro, surgiu a campanha “O Brasil não pode parar”, a qual foi objeto de análise pelo ministro do STF Luís Roberto Barroso, que concedeu pedido liminar para vedar a produção e circulação, por qualquer meio, da campanha. Na sequência, veio campanha com o mote “ninguém fica para trás”, a qual foi seguida pouco tempo depois por outra ação com o slogan “juntos somos mais fortes”. Tanta profusão de slogans e campanhas mostra, por um lado, a preocupação do governo em orientar a sociedade a respeito da pandemia que se alastra, mas também evidência, por outro, o despreparo e falta de conhecimento para lidar com a doença que permeiam o próprio executivo federal.

Ademais, o acompanhamento das atividades e dos gastos governamentais com publicidade e propaganda é importante tarefa contida no rol de competências do poder legislativo, que deve desempenhá-la com seriedade e de forma contínua, independentemente da situação em que o país se encontre, quanto mais em momentos de turbulência social acompanhada de grande esforço de comunicação do governo, sob pena de que se percam dados centrais no diagnóstico do setor ao longo do tempo.

O acompanhamento dos gastos do governo federal com publicidade era de responsabilidade do Instituto de Acompanhamento da Publicidade (IAP), entidade paraestatal que atuou até março de 2017, quando suas atividades foram encerradas. Hoje, não há entidade responsável por realizar esse acompanhamento, o que dificulta sobremaneira a fiscalização desses dispêndios pelo legislativo. Assim, não nos resta alternativa a não ser solicitar informações diretamente aos responsáveis pelos gastos

Resposta - subsídios fornecidos pela área técnica

11. Dessa forma, após manifestação da área técnica, extraídas dos documentos SEI 1949079 e 1949827, transcrevemos abaixo as informações fornecidas com vistas a responder as questões contidas no Requerimento de Informações em apreço:

"2. No que se refere à publicidade, a SECOM mantém contratos com três agências de propaganda, resultante do processo licitatório 001/2016, a saber: Contrato nº 27/2017 com a empresa PPR - Profissionais de Publicidade Reunidos S.A; contrato nº 28/2017 com a empresa Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.; e contrato nº 29/2017 com a empresa Artplan Comunicação S/A, cujo objeto compreende o conjunto de atividades realizadas integradamente que visem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Secom aos veículos e demais meios de divulgação.e aqui o terceiro parágrafo.

2.1 A íntegra dos mencionados contratos e respectivos termos aditivos estão disponíveis no endereço: <http://www.secom.gov.br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos-de-publicidade-1>.

3 Em 2019, foram desenvolvidas campanhas publicitárias de natureza Institucional e Publicidade de Utilidade Pública, com objetivo de divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados, bem como de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos.

3.1 Dentre as ações de Publicidade Institucional, destacaram-se as seguintes campanhas:

- a) Brasil no Exterior: que teve como objetivo posicionar positivamente o país no cenário internacional, com vistas a estimular o investimento de capital estrangeiro e as relações comerciais;
- b) Semana do Brasil: que buscou oportunizar as comemorações alusivas à independência do Brasil para promover o aquecimento da economia, por meio de um movimento articulado com entidades públicas e empresas privadas, na geração

de ofertas especiais para estimular o consumo de produtos e serviços pela sociedade; e

c) Agenda Positiva: uma campanha de prestação de contas, que teve como objetivo divulgar os investimentos do Governo Federal e as principais ações, obras e programas em todos os estados da federação.

3.2 Outros temas de interesse social também foram objeto da divulgação publicitária do Governo Federal em 2019, com destaque para as seguintes campanhas de Utilidade Pública:

d) Nova Previdência: que buscou esclarecer o cidadão sobre uma temática relevante para sua vida, explicando as especificidades das novas regras da Previdência Social, com vistas a combater a desinformação e a disseminação de falsas informações;

e) Pátria Voluntária: que visou difundir a cultura do engajamento cívico e incentivar a adesão do cidadão nas ações de natureza voluntária em todo o país, evidenciando os ganhos coletivos e os impactos positivos a toda a sociedade; e

f) Enfrentamento à Violência contra a Mulher: que buscou sensibilizar, esclarecer, orientar e engajar a população no combate dessa importante questão para a sociedade, dando continuidade a uma abordagem que tem marcado presença constante na comunicação governamental, sendo que a campanha 2018 recebeu o Prêmio Leão de Ouro no Festival de Publicidade de Cannes e o Prêmio Effie Awards, que consagra as grandes ideias e estratégias de comunicação que alcançam resultados reais e tangíveis.

4 Em 2020, foram realizadas as seguintes ações de comunicação, cujos principais esforços foram relacionados à pandemia do novo coronavírus:

g) Copa Nordeste: ação do com vistas a divulgação de temas relevantes do Governo Federal durante transmissão dos jogos do Copa do Nordeste 2020, pela plataforma Youtube; no valor de R\$ 1.375.000,00 (um milhão, trezentos e setenta e cinco reais);

h) Coronavírus: ação de enfrentamento à pandemia do novo coronavírus, com o conceito/slogan “**juntos somos mais fortes**”, com objetivo de divulgar informações tais como formas de prevenção, principais sintomas e as medidas que precisam ser adotadas em caso de suspeita de contágio. A ação teve investimento da ordem de R\$ 800.000,00 destinados à produção publicitária: filmes para TV, Internet e Mídia Exterior Digital, spot para Rádio e Internet, peças de Internet, anúncio em Jornal e peças para veiculação em espaços de Mídia Exterior, sob a forma pró-bono, não tenho havido, portanto, investimentos destinados à veiculação do material produzido. Toda a veiculação ocorreu de forma voluntária pelos veículos de divulgação que se interessaram pelo conteúdo e aderiram à causa do enfrentamento da COVID-19. Participaram dessa ação, também de forma voluntária, as seguintes personalidades: Zezé Di Camargo, Patati e Patata, Carlos Bertolazzi, Luís Ernesto Lacombe Heilborn, Otávio Mesquita, Dra. Ana Escobar, Sikera Júnior, Felipe Melo e Minotauro Nogueira.

5 Além dessa ação, foram realizadas por meio de TED – Termo de Execução Descentralizada, em continuidade dos esforços de comunicação para divulgar as ações do executivo federal no enfrentamento da pandemia de COVID-19, cujos planos de trabalhos estão divulgados na página da Secom na Internet listadas a seguir:

i) TED SECOM nº 02/20 – <http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/despesas/termos-de-execucao-descentralizada-ted/plano-de-trabalho-ted-02-2020/view>, realizado com o Ministério da Cidadania para realizar campanha de divulgação realizada no período de 13 a 19 de abril de 2020 com a produção de conteúdo publicitário e veiculação em TV Aberta e Internet.

j) TED SECOM nº 04/20 - <http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/despesas/termos-de-execucao-descentralizada-ted/plano-de-trabalho-ted-04-2020/view>, realizado com o Ministério da Cidadania para realizar campanha de divulgação realizada no período de 20 a 30 de abril de 2020 com a produção de conteúdo publicitário e a veiculação em TV Aberta e Internet.

k) TED SECOM nº 03/20 - <http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/despesas/termos-de-execucao-descentralizada-ted/plano-de-trabalho-ted-03-2020/view>, realizado com o Ministério da Saúde para realizar campanha de

divulgação realizada no período de 01 a 11 de maio de 2020, com a produção de conteúdo publicitário e a veiculação em TV Aberta, TV Fechada, Internet e Mídia Exterior.

6. Importante esclarecer que no âmbito da Secretaria de Publicidade e Promoção, unidade da Secretaria Especial de Comunicação Social que coordena e executa as ações de publicidade da SECOM, não foi realizada qualquer ação com o slogan **"o Brasil não pode parar"**.

7. No que tange ao slogan **"ninguém fica para trás"**, trata-se de uma frase de posicionamento proferida em várias ocasiões pelo Presidente da República, e que sintetiza o esforço do governo federal de não deixar nenhum brasileiro ou brasileira desassistido durante e depois do advento da pandemia do novo coronavírus. A frase vem sendo usada como hashtag em peças como cards e posts, eventualmente publicados em perfis oficiais nas redes sociais do governo, a exemplo do @SecomVc, não tendo sido realizada, portanto, ação publicitária em que o conceito tenha sido adotado.

8. Quanto aos nomes dos artistas, apresentadores e personalidades que participaram de ações publicitárias do governo, segue anexa planilha (anexo 1) 1949167 com os dados solicitados.

9. Segue ainda arquivo (anexo 2) 1949188 contendo lista de demandas registradas no Sistema SECOMWEB, ferramenta interna de gestão das ações de comunicação, contendo número sequencial, nome e data de registro das demandas.

10. Por fim, ressaltamos que as informações acima prestadas referem-se às ações publicitárias desenvolvidas pela Secom, sendo que não compete à esta Secretaria a responsabilidade pela execução contratual dos órgãos e entidades do Poder executivo federal, cabendo a cada órgão/entidade disponibilizar em seus respectivos sítios na internet as informações sobre investimentos em publicidade, conforme Lei 12.232/2010."

12. Ainda, e em complemento aos dados acima, a área técnica encaminhou o arquivo 1950045 (como Anexo III), contendo lista de impulsionamentos de conteúdos publicitários realizados em ações/campanhas desenvolvidas pela SECOM, relativas ao período de 01/01/2019 a 16/06/2020.

13. Enfatiza-se, conforme informado pela área técnica no item 10 de seus esclarecimentos, que os dados acima referem-se aos contratos de publicidade, uma vez que o teor do Requerimento de Informação trata de **"gastos com peças publicitárias"**.

14. Em face dos esclarecimentos acima fornecidos pela área técnica, percebe-se que a Secretaria Especial de Comunicação Social tem realizado as ações de comunicação e divulgação, em estrita obediência aos objetivos e diretrizes definidos pelo Decreto nº 6.555, de 2008, bem como em sintonia com a Lei nº 12.527, de 2011, porquanto apresenta os gastos com publicidade de forma transparente.

15. Assim, a afirmação do parlamentar de que há **"dificuldade de acompanhamento dos gastos de publicidade do governo federal"**, não se coaduna com a real postura desta Secretaria Especial de Comunicação Social no que respeita à transparência dos recursos públicos sob sua administração, precisamente no que concerne a gastos com publicidade, tendo em vista que os dados de execução dos seus contratos encontram-se todos disponíveis no seu sítio, seja no link <http://www.secom.gov.br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos-vigentes> (disponibilização de contratos e aditivos) ou no link <http://www.secom.gov.br/acesso-a-informacao/despesas> (informações detalhadas sobre ações, valor e data de pagamento, nos das empresas ou fornecedores de serviços especializados beneficiários etc).

Encaminhamento

16. Considerando que as questões levantadas pelo parlamentar, **no âmbito da SECOM**, foram integralmente respondidas pela área técnica, sugere-se que, se aprovada a presente Nota Informativa, seja encaminhada ao Secretário Especial desta SECOM (juntamente com os Anexos I - 1949167, Anexo II - 1949188 e Anexo III - 1950045), a qual busca atender solicitação do Assessor Especial da SEGOV-PR, com o objetivo de subsidiar resposta a ser dada pelo senhor Ministro de Estado Chefe da Secretaria de

Atenciosamente,

GILVAN FERREIRA XIMENES
Assessor Técnico

OTTO CAVALCANTE MEDINA
Coordenador-Geral
Coordenação-Geral de Orientações Normativas para Comunicação e Contratos

De acordo, encaminhe-se ao Chefe de Gabinete desta SECOM para as providências subsequentes, acompanhado dos Anexos.

MARCELO AUGUSTO PASSOS CARDOSO
Secretário, Substituto
Secretaria de Gestão e Controle



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Augusto Passos Cardoso, Secretário(a) Substituto (a)**, em 18/06/2020, às 15:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Gilvan Ferreira Ximenes, Assessor(a) Técnico(a)**, em 18/06/2020, às 16:02, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Otto Cavalcante Medina, Coordenação-Geral de Orientações Normativas para Comunicação e Contratos**, em 18/06/2020, às 16:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida informando o código verificador **1950565** e o código CRC **892DE380** no site:

https://sei-pr.presidencia.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0

Criado por gximenes, versão 21 por marceloapc em 18/06/2020 15:57:14.

INVESTIMENTO SECOM - 2019 A 2020
AÇÃO DE MERCHANDISING

Fonte: Secomweb

16.06.2020

| APRESENTADOR / PROGRAMA | CNPJ EMPRESA | Nome EMPRESA | Total |
|--|--------------------|--|------------|
| A VOZ DA POPULAÇÃO | 01.061.837/0001-03 | TV SERRA DOURADA EIRELI | 2.435,00 |
| ADRIANA BUENO | 01.061.837/0001-03 | TV SERRA DOURADA EIRELI | 2.899,00 |
| ALISSON BRAGA | 02.391.395/0001-26 | TV SOBRAL LTDA | 666,66 |
| ALTEROSA ALERTA | 15.199.136/0001-40 | TV ARATU S A | 1.532,80 |
| | 17.247.925/0001-34 | SOCIEDADE RADIO E TELEVISAO ALTEROSA SA | 5.255,00 |
| ÁLVARO CAMPELO | 14.238.570/0001-29 | RADIO E TELEVISAO RIO NEGRO LTDA | 982,80 |
| Ana Hickman | 60.628.369/0001-75 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 327.670,00 |
| | 60.628.369/0006-80 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 12.311,00 |
| ANA RUTH | 12.748.471/0001-61 | TELEVISAO NOVOS TEMPOS S/A | 581,00 |
| ANDRÉ SANTOS | 14.339.220/0001-59 | RADIO E TELEVISAO NORTE LTDA | 537,30 |
| ANDRESSA SUÍTA | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 71.050,00 |
| ARTUR TIGRE | 27.065.150/0011-01 | NASSAU EDITORA RADIO E TV LTDA | 0,00 |
| AUGUSTO JOSÉ | 34.482.075/0001-78 | SISTEMA IMAGEM DE COMUNICACAO TV CANDELARIA LTDA | 1.243,08 |
| ÁVARO DAMIÃO | 17.247.925/0001-34 | SOCIEDADE RADIO E TELEVISAO ALTEROSA SA | 2.000,00 |
| BAHIA NO AR | 29.813.802/0001-00 | SMETAK SERVICOS DE COMUNICACAO LTDA | 4.998,60 |
| BALANÇO GERAL BA | 09.253.426/0001-21 | F ALVES ASSESSORIA DE COMUNICACAO LTDA | 6.661,35 |
| BALANÇO GERAL CE | 21.791.209/0001-90 | TV NOVA ORDEM LTDA | 2.174,94 |
| BALANÇO GERAL CURITIBA | 79.107.918/0001-94 | TV INDEPENDENCIA LTDA | 11.647,35 |
| BALANÇO GERAL ESPECIAL MG | 21.165.144/0001-78 | MG PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA | 3.582,36 |
| BALANÇO GERAL NO AR | 87.185.468/0001-86 | TELEVISAO GUAIBA LTDA | 5.115,60 |
| BALANÇO GERAL RJ | 10.723.853/0001-05 | QUE ISSO FERAIII SERVICOS DE PRODUCOES ARTISTICAS E EVENTOS LTDA | 29.620,80 |
| BALANÇO GERAL RS | 87.185.468/0001-86 | TELEVISAO GUAIBA LTDA | 1.278,90 |
| BALANÇO GERAL SP | 60.628.369/0001-75 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 79.920,00 |
| BETO PALACI | 26.937.797/0001-41 | SISTEMA DE COMUNICACAO DO TOCANTINS LTDA | 1.908,00 |
| BRUNA MARIA OLIVEIRA DA COSTA E GEORGE BITTI | 27.065.150/0001-30 | NASSAU EDITORA RADIO E TV LTDA | 2.844,00 |
| BRUNO PEREZ | 04.493.799/0001-56 | BURITIS COMUNICACOES LTDA | 240,66 |
| CARDINOT | 09.045.758/0001-10 | TV E RADIO JORNAL DO COMMERCCIO LTDA | 32.494,00 |
| CARIOCCO | 43.915.172/0003-60 | TVSBT CANAL 11 DO RIO DE JANEIRO LTDA | 259,00 |
| CARLOS EDUARDO LOPES ALVES E DELMIRO GENÉSIO DOS | 25.649.179/0001-33 | TV MINAS SUL LTDA | 5.954,00 |
| CÁTIA FONSECA | 60.509.239/0001-13 | RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES S.A. | 18.860,34 |
| CÉSAR FILHO | 60.628.369/0001-75 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 245.160,00 |
| | 60.628.369/0006-80 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 6.155,50 |
| CESAR ROSA | 13.272.467/0001-32 | CESAR ROSA DA SILVA | 5.000,00 |
| CIDADE ALERTA MG | 17.247.925/0001-34 | SOCIEDADE RADIO E TELEVISAO ALTEROSA SA | 1.051,00 |
| | 19.955.342/0001-93 | HM COMUNICACAO LTDA | 3.918,60 |
| CRISTIANE LOPES | 05.913.363/0001-31 | SISTEMA MERIDIONAL DE COMUNICACAO LTDA | 750,00 |
| CYRO ROBSON | 08.713.653/0001-20 | TV PONTA NEGRA LTDA | 1.698,00 |
| DATENA | 60.509.239/0001-13 | RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES S.A. | 160.244,18 |
| DIEGO BARROS | 13.079.397/0001-09 | TELEVISAO ATALAIA LTDA | 475,83 |
| DIÓGENES DANTAS | 12.748.471/0001-61 | TELEVISAO NOVOS TEMPOS S/A | 1.103,25 |
| DOUGLAS CAMARGO | 27.419.100/0001-03 | TELEVISAO VITORIA S/A | 10.293,72 |
| EDIANA MIRALHA | 08.713.653/0001-20 | TV PONTA NEGRA LTDA | 994,00 |
| EDVALDO RIBEIRO | 21.242.623/0001-40 | TV GAZETA LTDA | 1.982,88 |
| EDVALDO SOUZA | 14.339.220/0001-59 | RADIO E TELEVISAO NORTE LTDA | 383,76 |
| ERNANI ALVES | 27.457.651/0001-61 | ERNANI ALVES JORNALISMO PRODUCOES E EVENTOS LTDA | 16.486,56 |
| EVERTON GUIMARÃES | 17.184.649/0001-02 | RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES DE MINAS GERAIS LTDA | 2.009,06 |
| FABIOLA GADELHA | 60.628.369/0009-22 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 1.732,50 |
| FABIOLA MELO | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 43.543,50 |
| FELIPE VIEIRA | 54.313.556/0002-48 | TVSBT CANAL 5 DE PORTO ALEGRE S/A | 3.786,00 |
| FERNANDO FULLY | 27.419.100/0001-03 | TELEVISAO VITORIA S/A | 1.328,94 |
| FERREIRA NETO | 31.296.882/0001-08 | TELEVISAO CAPIXABA LTDA | 470,40 |
| FLÁVIA PAVANELI | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 43.543,50 |
| FRANCISCO JOSÉ | 04.503.353/0004-08 | RADIO E TV SCHAPPO LTDA | 450,00 |
| FREDE LINHARES | 16.699.072/0001-09 | LINHARES COMUNICACAO LTDA | 1.601,37 |
| GERALDO LUÍS | 60.628.369/0001-75 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 41.040,00 |
| GIULINA CARTAXO | 12.887.690/0001-21 | ESPIRAL AGENCIA DE NOTICIAS LTDA | 1.601,37 |
| GUILHERME RIVAROLI | 79.107.918/0001-94 | TV INDEPENDENCIA LTDA | 7.198,20 |
| GUSTAVO MARQUES | 12.320.965/0001-40 | GUSTAVO MARQUES COMUNICACAO E MARKETING | 3.949,47 |
| HÉLVERTE MOREIRA | 25.288.333/0001-99 | TELEVISAO SOCIEDADE LIMITADA | 2.351,16 |
| HENRIQUE CHAVES | 07.515.526/0001-53 | H. C. PRODUCOES E PUBLICIDADES LTDA | 1.601,37 |
| HENRIQUE ZANOTTO | 79.875.902/0001-21 | TV O ESTADO FLORIANOPOLIS LTDA | 1.734,48 |
| HOJE EM DIA | 60.628.369/0001-75 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 34.290,00 |
| HUGO ESTEVES | 01.769.569/0001-89 | SISTEMA ASSOCIADO DE COMUNICACAO S/A | 19.020,60 |
| HUGO LEONARDO VIEGAS SILVA | 06.275.598/0001-08 | RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHÃO LTDA | 1.718,66 |
| HUGO VEIGAS | 06.275.598/0001-08 | RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHÃO LTDA | 1.289,00 |
| INGRID SCHWARTZ E GEORGE BITTI | 27.065.150/0001-30 | NASSAU EDITORA RADIO E TV LTDA | 5.972,00 |
| ISABELA VIDAL | 27.065.150/0001-30 | NASSAU EDITORA RADIO E TV LTDA | 2.468,00 |
| ISABELE BENITO | 43.915.172/0003-60 | TVSBT CANAL 11 DO RIO DE JANEIRO LTDA | 4.140,00 |
| ISIS SOARES | 10.328.336/0001-31 | SEARA BRASIL PUBLICIDADE LTDA. | 1.087,47 |
| ITHALLYANE MARQUES | 09.314.824/0001-00 | TV PONTA VERDE LTDA - ME | 974,00 |
| IULE MARANHA | 05.687.918/0001-74 | TV ALLAMANDA LTDA | 1.198,00 |
| JOELSON GIORDANE | 09.590.480/0001-62 | TELEVISAO PIONEIRA LTDA | 1.689,00 |
| JOMAR BRANDÃO | 24.294.209/0001-73 | EMPRESA DE TELEVISAO JOAO PESSOA LTDA | 1.661,04 |
| JORDEVÁ ROSA | 01.061.837/0001-03 | TV SERRA DOURADA EIRELI | 487,00 |
| JORNAL DE SÁBADO | 54.065.370/0003-06 | TV STUDIOS DE BRASILIA LTDA | 0,00 |
| JOSÉ EDIARDP ALVES | 09.253.426/0001-21 | F ALVES ASSESSORIA DE COMUNICACAO LTDA | 6.794,55 |
| JULIANA GOES | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 19.031,25 |
| KACSON DAMASCENO | 12.748.471/0001-61 | TELEVISAO NOVOS TEMPOS S/A | 306,46 |
| KAREM FABIANI | 83.601.690/0001-61 | TV BARRIGA VERDE SA. | 1.800,00 |
| KARINE TENÓRIO | 12.912.622/0001-75 | TELEVISAO TAMBAU LTDA | 1.520,00 |
| KEITH ALMEIDA | 06.275.598/0001-08 | RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHÃO LTDA | 3.580,65 |
| LAURO LIMA | 09.314.824/0001-00 | TV PONTA VERDE LTDA - ME | 1.515,00 |

| INVESTIMENTO SECOM - 2019 A 2020 | | | |
|--|--------------------|---|--------------|
| AÇÃO DE MERCHANDISING | | | |
| LIANE BORGES | 43.915.172/0003-60 | TVSBT CANAL 11 DO RIO DE JANEIRO LTDA | 518,00 |
| LÍVIA ANDRADE | 45.039.237/0001-14 | TVSBT CANAL 4 DE SAO PAULO S/A | 2.500,00 |
| Livia Andrade, Chris Flores, Léo Dias, Leão Lobo, ou Gabriel | 45.039.237/0001-14 | TVSBT CANAL 4 DE SAO PAULO S/A | 8.600,00 |
| LUCAS FERRAZ | 26.937.797/0001-41 | SISTEMA DE COMUNICACAO DO TOCANTINS LTDA | 1.296,00 |
| LUCIAAna Finholdt | 01.061.837/0001-03 | TV SERRA DOURADA EIRELI | 974,00 |
| LUCIANA GIMENEZ | 02.131.538/0001-60 | TV OMEGA LTDA. | 28.000,00 |
| | 04.241.697/0001-43 | MAGIC LU PROMOCOES, EVENTOS E COMERCIO DE PRODUTOS DE USO PESSOAL E DOMESTICOS - EIRELI | 33.000,00 |
| LUIS BACCI | 60.628.369/0001-75 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 40.040,00 |
| MARCELO DE CARVALHO | 02.131.538/0001-60 | TV OMEGA LTDA. | 7.000,00 |
| | 05.613.959/0001-16 | NEW MIDIA SERVICOS LTDA | 27.000,00 |
| MÁRCIA LASMAR | 05.531.223/0001-07 | SOCIEDADE DE TELEVISAO MANAUARA LTDA | 1.119,00 |
| MÁRCIO LOPES | 21.791.209/0001-90 | TV NOVA ORDEM LTDA | 1.215,27 |
| MÁRCIO PAZ | 14.238.570/0001-29 | RADIO E TELEVISAO RIO NEGRO LTDA | 865,20 |
| MARCOLO DE CARVALHO | 01.773.119/0001-60 | EMPRESA DE COMUNICACAO PRM LTDA | 3.955,00 |
| MARCOS MARCANÃ | 17.184.649/0001-02 | RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES DE MINAS GERAIS LTDA | 470,40 |
| MARCUS BORGES | 09.610.988/0001-85 | PIMENTA PRODUcoes ARTISTICAS LTDA | 562,68 |
| MARCUS PIMENTA | 09.610.988/0001-85 | PIMENTA PRODUcoes ARTISTICAS LTDA | 2.306,88 |
| MARI MARIA | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 49.329,00 |
| MARIANA FELICIO | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 6.041,69 |
| MARIANA MAIMONE | 26.937.797/0001-41 | SISTEMA DE COMUNICACAO DO TOCANTINS LTDA | 918,00 |
| MARIANA SENA | 30.227.048/0001-06 | OTIMA COMUNICACAO E JORNALISMO LTDA | 649,26 |
| MARCO MARTINS | 06.268.106/0001-57 | RADIO RIBAMAR LTDA | 576,00 |
| MILTON NEVES | 60.509.239/0001-13 | RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES S.A. | 7.200,00 |
| MURILO VILLAS BOAS | 15.199.136/0001-40 | TV ARATU S A | 7.665,00 |
| NATANAEL ROSA MIRANDA | 27.065.150/0001-30 | NASSAU EDITORA RADIO E TV LTDA | 3.702,00 |
| NEILA MEDEIROS | 54.065.370/0003-06 | TV STUDIOS DE BRASILIA LTDA | 2.275,00 |
| NELSON RUBENS | 49.871.494/0001-79 | NELSON RUBENS PRODUcoes ARTISTICAS LTDA | 3.474,13 |
| NINA SECRETS | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 35.525,00 |
| NONATO ALBURQUERQUE | 11.743.564/0001-30 | TV JANGADEIRO LTDA | 26.209,00 |
| OLOARES FERREIRA | 02.495.832/0001-51 | FERREIRA E CATULIO LTDA | 9.360,00 |
| OPERAÇÃO MESQUITA | 45.039.237/0001-14 | TVSBT CANAL 4 DE SAO PAULO S/A | 6.300,00 |
| OTÁVIO MESQUITA | 45.039.237/0001-14 | TVSBT CANAL 4 DE SAO PAULO S/A | 6.300,00 |
| PAULO MANSUR | 01.773.119/0001-60 | EMPRESA DE COMUNICACAO PRM LTDA | 791,00 |
| RAPHAEL POLITO | 79.875.902/0001-21 | TV O ESTADO FLORIANOPOLIS LTDA | 4.514,40 |
| RENATA DOURADO | 60.509.239/0007-09 | RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES S.A. | 4.942,66 |
| RIO GRANDE NO AR | 87.185.468/0001-86 | TELEVISAO GUAIBA LTDA | 2.151,45 |
| RJ NO AR | 12.320.965/0001-40 | GUSTAVO MARQUES COMUNICACAO E MARKETING | 12.358,80 |
| ROCARDO MARQUES | 13.079.397/0001-09 | TELEVISAO ATALAIA LTDA | 3.502,35 |
| RONALDO PORTO | 05.143.490/0001-07 | RBA REDE BRASIL AMAZONIA DE TELEVISAO LTDA | 690,00 |
| RONDA | 15.199.136/0001-40 | TV ARATU S A | 7.665,00 |
| SALATIEL DE SOUZA | 10.702.082/0001-70 | TROPICAL COMUNICACAO LTDA | 396,00 |
| SAMUEL PAIVA | 24.294.209/0001-73 | EMPRESA DE TELEVISAO JOAO PESSOA LTDA | 1.693,80 |
| SAMUKA DUARTE | 24.294.209/0001-73 | EMPRESA DE TELEVISAO JOAO PESSOA LTDA | 3.387,60 |
| SANDER KELSEN E SILVA | 25.649.179/0001-33 | TV MINAS SUL LTDA | 458,00 |
| SANDRA SANTOS | 34.482.075/0001-78 | SISTEMA IMAGEM DE COMUNICACAO TV CANDELARIA LTDA | 207,18 |
| SBR RIO GRANDE | 54.313.556/0002-48 | TVSBT CANAL 5 DE PORTO ALEGRE S/A | 7.356,00 |
| SBT BRASÍLIA | 54.065.370/0003-06 | TV STUDIOS DE BRASILIA LTDA | 2.730,00 |
| SBT RIO | 43.915.172/0003-60 | TVSBT CANAL 11 DO RIO DE JANEIRO LTDA | 2.664,00 |
| SÉRGIO MURILO | 30.405.925/0001-83 | SERGIO MURILO DE AGUIAR EIRELI | 2.610,00 |
| SHANTAL VERDELHO | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 29.029,00 |
| SILVAN ALVES | 06.275.598/0001-08 | RADIO E TV DIFUSORA DO MARANHÃO LTDA | 2.820,00 |
| SILVY ALVES | 02.495.832/0001-51 | FERREIRA E CATULIO LTDA | 900,00 |
| SIMONE E SIMARIA | 29.354.309/0001-61 | O2O MIDIA REPRESENTACOES EIRELI | 1.010.000,00 |
| SÔNIA ABRÃO | 08.578.208/0001-02 | SO PRESS PUBLICITARIOS E CINEMATOGRAFICOS EIRELI | 3.000,00 |
| STANLEY GUSMAN | 17.247.925/0001-34 | SOCIEDADE RADIO E TELEVISAO ALTEROSA SA | 2.198,00 |
| TACIELE ALCOLEA | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 65.264,50 |
| THAÍS FERROZA | 13.632.705/0001-73 | OROBORO ENTERTAINMENT LTDA | 93.380,00 |
| TIAGO MEDEIROS | 10.702.082/0001-70 | TROPICAL COMUNICACAO LTDA | 2.185,92 |
| Ticiane Pinheiro | 60.628.369/0006-80 | RADIO E TELEVISAO RECORD S.A | 24.662,00 |
| TINO JUNIOR | 10.723.853/0001-05 | QUE ISSO FERA!!! SERVICOS DE PRODUcoes ARTISTICAS E EVENTOS LTDA | 20.379,15 |
| UZIEL BUENO | 13.810.015/0001-67 | RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES DA BAHIA LTDA | 5.441,94 |
| VALDO SOUZA | 54.313.564/0002-94 | TVSBT - CANAL 5 DE BELEM S/A | 2.100,00 |
| VICENTE DATENA | 05.113.990/0001-98 | REDE GOIANIA DE RADIO E TELEVISAO LTDA | 450,00 |
| WILSON JÚNIOR | 12.019.360/0001-14 | TV PAJUCARA LTDA | 816,12 |
| Total Geral | | | 3.006.596,20 |

DEMANDAS DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS SECOM – 2020

(Número, nome e data de autorização da Demanda)

| | | |
|----------|--|------------|
| 20200008 | AÇÃO CONTINUADA DIGITAL - 2020 | 03/06/2020 |
| 20200007 | Serviço Militar/Alistamento - Reedição | 26/05/2020 |
| 20200005 | Coronavírus - COVID-19 | 05/03/2020 |
| 20200004 | Ações de Comunicação Copa do Nordeste | 03/03/2020 |
| 20200003 | Pesquisa de Pré-teste Marcas/Selos | 30/01/2020 |
| 20200001 | MATERIAIS INSTITUCIONAIS 2020 | 29/01/2020 |

DEMANDAS DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS SECOM - 2019

(Número, nome e data de autorização da Demanda)

| | | |
|----------|---|------------|
| 20190036 | Mensagem ao Congresso Nacional 2020 | 11/12/2019 |
| 20190035 | Conferência Nacional de Juventude | 09/12/2019 |
| 20190034 | Agenda Positiva - Regional 2019 - NOVO EMPENHO | 27/11/2019 |
| 20190033 | Pátria Voluntária - novo empenho | 27/11/2019 |
| 20190032 | Enfrentamento à Violência Contra a Mulher - 2019 | 08/11/2019 |
| 20190031 | Filme Hino Nacional | 05/11/2019 |
| 20190030 | Pátria Voluntária | 23/10/2019 |
| 20190029 | Agenda Positiva - Regional 2019 | 10/10/2019 |
| 20190028 | Censo Experimental 2019 | 13/09/2019 |
| 20190027 | Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO CONTRATUAL II | 11/09/2019 |
| 20190026 | Ação de oportunidade - Dia da Amazônia | 02/09/2019 |
| 20190025 | SEGURANÇA PÚBLICA - Medidas anticrime II - Pós-prorrogação contratual | 29/08/2019 |
| 20190024 | Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO CONTRATUAL | 29/08/2019 |
| 20190023 | 7 DE SETEMBRO - Semana da Pátria - Pós Prorrogação Contratual | 29/08/2019 |
| 20190022 | Brasil no exterior II - Pós-prorrogação contratual | 29/08/2019 |
| 20190021 | MATERIAIS INSTITUCIONAIS 2019 | 21/08/2019 |
| 20190012 | Taxa Patrimonial 2019 | 14/05/2019 |
| 20190011 | Nova Previdência - continuidade | 25/04/2019 |
| 20190010 | Combate ao lixo no mar | 19/03/2019 |
| 20190009 | MATERIAIS INSTITUCIONAIS 2019 | 08/03/2019 |
| 20190008 | Nova Previdência - redes sociais | 20/02/2019 |
| 20190007 | Nova Previdência | 15/02/2019 |
| 20190006 | Materiais Institucionais Nova Marca - Pátria Amada Brasil | 07/02/2019 |
| 20190005 | Programa de Parceiras de Investimentos (PPI) | 22/01/2019 |
| 20190002 | Evento de Lançamento das Metas Nacionais - Agenda de 100 dias | 17/01/2019 |
| 20190001 | Davos 2019 - Material de Divulgação | 16/01/2019 |

INVESTIMENTO SECOM - 2019 e 2020
FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN E TWITTER

Fonte: Midiawebger

15.06.2020

VEÍCULO / CAMPANHA

| | 2019 | 2020 | Total Geral |
|---|---------------------|-------------------|---------------------|
| FACEBOOK | 6.325.475,36 | 590.381,79 | 6.915.857,15 |
| 7 DE SETEMBRO - SEMANA DA PÁTRIA | 49.670,80 | | 49.670,80 |
| AÇÃO DE OPORTUNIDADE - DIA DA AMAZÔNIA | 181.029,35 | | 181.029,35 |
| AGENDA POSITIVA 2019 - NOVO EMPENHO | 639.994,50 | | 639.994,50 |
| BRASIL NO EXTERIOR II - PÓS-PRORROGAÇÃO CONTRATUAL | 1.603.485,10 | | 1.603.485,10 |
| CAMPANHA AÇÃO DE ENFRENTAMENTO AO COVID 19 - TED SECOM | | 200.000,00 | 200.000,00 |
| CAMPANHA ASSEDIO SEXUAL NO CARNAVAL - TED SECOM | | 120.600,00 | 120.600,00 |
| CAMPANHA CORONAVÍRUS - COMPLEMENTAR - TED SECOM | | 269.781,79 | 269.781,79 |
| CENSO EXPERIMENTAL 2019 | 43.818,93 | | 43.818,93 |
| Conferência Nacional de Juventude | 24.999,98 | | 24.999,98 |
| Enfrentamento à Violência Contra a Mulher - 2019 | 269.211,35 | | 269.211,35 |
| Nova Previdência | 476.126,79 | | 476.126,79 |
| Nova Previdência - continuidade | 1.143.020,90 | | 1.143.020,90 |
| Nova Previdência - Fase 3 | 400.999,99 | | 400.999,99 |
| Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO CONTRATUAL | 170.117,99 | | 170.117,99 |
| Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO CONTRATUAL II | 91.002,78 | | 91.002,78 |
| Nova Previdência - redes sociais | 589.998,38 | | 589.998,38 |
| Pátria Voluntária - novo empenho | 423.289,47 | | 423.289,47 |
| SecomVC - Divulgação | 211.689,40 | | 211.689,40 |
| SEGURANÇA PÚBLICA - Medidas anticrime II - Pós-prorrogação contratual | 7.019,65 | | 7.019,65 |
| INSTAGRAM | 869.574,97 | 119.900,00 | 989.474,97 |
| 7 DE SETEMBRO - SEMANA DA PÁTRIA | 69.916,11 | | 69.916,11 |
| AGENDA POSITIVA 2019 - NOVO EMPENHO | 634.564,48 | | 634.564,48 |
| CAMPANHA ASSEDIO SEXUAL NO CARNAVAL - TED SECOM | | 119.900,00 | 119.900,00 |
| CENSO EXPERIMENTAL 2019 | 21.693,63 | | 21.693,63 |
| Conferência Nacional de Juventude | 37.499,98 | | 37.499,98 |
| Nova Previdência | 100.103,58 | | 100.103,58 |
| Nova Previdência - redes sociais | 0,00 | | 0,00 |
| SecomVC - Divulgação | 5.797,19 | | 5.797,19 |
| LINKEDIN | 597.363,76 | | 597.363,76 |
| AGENDA POSITIVA - REGIONAL 2019 | 156.499,80 | | 156.499,80 |
| CENSO EXPERIMENTAL 2019 | 5.267,45 | | 5.267,45 |
| Conferência Nacional de Juventude | 20.000,00 | | 20.000,00 |
| Nova Previdência | 307.782,52 | | 307.782,52 |
| Nova Previdência - continuidade | 107.813,99 | | 107.813,99 |
| LINKEDIN INTERNACIONAL | 758.305,69 | | 758.305,69 |
| BRASIL NO EXTERIOR II - PÓS-PRORROGAÇÃO CONTRATUAL | 758.305,69 | | 758.305,69 |
| TWITTER | 4.209.328,49 | 678.803,00 | 4.888.131,49 |
| 7 DE SETEMBRO - SEMANA DA PÁTRIA | 51.900,00 | | 51.900,00 |
| AÇÃO DE OPORTUNIDADE - DIA DA AMAZÔNIA | 60.000,00 | | 60.000,00 |
| AGENDA POSITIVA 2019 - NOVO EMPENHO | 199.994,64 | | 199.994,64 |
| CAMPANHA AÇÃO DE ENFRENTAMENTO AO COVID 19 - TED SECOM | | 345.956,00 | 345.956,00 |
| CAMPANHA AGENDA POSITIVA REGIONAL 2019 - TED SECOM | 1.037.083,00 | | 1.037.083,00 |
| CAMPANHA ASSEDIO SEXUAL NO CARNAVAL - TED SECOM | | 130.000,00 | 130.000,00 |
| CAMPANHA CORONAVÍRUS - COMPLEMENTAR - TED SECOM | | 202.847,00 | 202.847,00 |
| CENSO EXPERIMENTAL 2019 | 10.610,24 | | 10.610,24 |
| Conferência Nacional de Juventude | 67.440,00 | | 67.440,00 |
| Enfrentamento à Violência Contra a Mulher - 2019 | 298.060,51 | | 298.060,51 |
| Nova Previdência | 249.999,34 | | 249.999,34 |
| Nova Previdência - continuidade | 1.005.719,87 | | 1.005.719,87 |
| Nova Previdência - Fase 3 | 249.828,89 | | 249.828,89 |
| Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO CONTRATUAL | 105.997,85 | | 105.997,85 |

| VEÍCULO / CAMPANHA | 2019 | 2020 | Total Geral |
|---|----------------------|---------------------|----------------------|
| Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO CONTRATUAL II | 56.365,23 | | 56.365,23 |
| Nova Previdência - redes sociais | 351.045,78 | | 351.045,78 |
| Pátria Voluntária - novo empenho | 355.509,94 | | 355.509,94 |
| SecomVC - Divulgação | 88.501,38 | | 88.501,38 |
| SEGURANÇA PÚBLICA - Medidas anticrime II - Pós-prorrogação contratual | 21.271,82 | | 21.271,82 |
| TWITTER INTERNACIONAL | 2.285.622,68 | | 2.285.622,68 |
| AÇÃO DE OPORTUNIDADE - DIA DA AMAZÔNIA | 177.946,13 | | 177.946,13 |
| BRASIL NO EXTERIOR II - PÓS-PRORROGAÇÃO CONTRATUAL | 2.107.676,55 | | 2.107.676,55 |
| Total Geral | 15.045.670,95 | 1.389.084,79 | 16.434.755,74 |