

RECADASTRAMENTO & RENEGOCIAÇÃO DE MÍDIA

Secretaria de Estado de Comunicação Social – Secom



Nº DO PROCESSO SEI: 1710.01.0000267/2023-65

DOCUMENTO DE REFERÊNCIA: Nota Técnica nº 5/SECOM/SCP/2023 ([73353359](#))

Documento elaborado em resposta ao despacho **nº 153/2023/SECGERAL/ASSJUR**

Para que fosse possível a continuidade do serviço de recadastramento e renegociação de mídia, a SECOM realizou todos os trâmites administrativos em atendimento aos apontamentos apresentados pela advocacia do estado.

A seguir, ações tomadas para adequação e viabilidade do processo:

- 1.** Elaboração de **PLANO DE AÇÃO** para implementação do recadastramento e da renegociação de mídia de 2024, tendo por base todos os apontamentos e observações colocadas durante reunião;
- 2.** Registro de 02 ofícios emitidos por entidades de classe em questionamento aos valores praticados pelo Governo de Minas, em representação dos meios: rádios, jornais impressos, canais digitais de comunicação (portais e blogs);
- 3.** Registro e troca de e-mails (por CNPJ), entre a Secom MG e fornecedores de mídia para comprovação da motivação

- **Link para acesso:** **RECADASTRAMENTO;**

4. Elaboração de critérios técnicos por área competente para o cadastramento de Blogs:

link Manual de Mídia: https://www.secretariageral.mg.gov.br/repositorio/MANUAL_DE_MIDIA_Dez_23.pdf

4.1. Critérios elaborados em acordo a IN do Governo Federal: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/09/instrucao-normativa-delimita-criterios-para-publicidade-no-governo-federal>

PLANO DE AÇÃO

MODELO - 5W2H

Plano de ação – Recadastramento e renegociação de Mídia – 5w2h

Uma das principais ferramentas de gestão para a elaboração de plano de ação, o 5w2h é um modelo eficiente para o desenvolvimento e implementação de projetos, baseado em 7 perguntas base:

1. ***What?*** (O que será feito?)
2. ***Why?*** (Por que será feito?)
3. ***Who?*** (Por quem e para quem será feito?)
4. ***Where?*** (Onde será feito?)
5. ***When?*** (Quando será feito?)
6. ***How?*** (Como será feito?)
7. ~~***How Much?*** (Quanto irá custar?)~~

Para o recadastramento e renegociação de mídia de 2024, o plano de ação seguirá as diretrizes do método 5w2h, sem a presença do último tópico (***How Much***), relativo ao custo de implementação do projeto.

WHAT? (O QUE?)

O recadastramento e a renegociação de mídia do Governo de Minas Gerais possui como objetivo atender pleito do mercado para o equilíbrio dos valores atualmente pagos aos fornecedores do Estado para a compra de espaços publicitários em veículos de comunicação.

RECADASTRAMENTO

Com realização anual, o processo de recadastramento é responsável pela atualização de tabelas de preços, informações complementares e contratos que regularizem e norteiem a prestação de serviços por parte dos fornecedores de mídia cadastrados junto ao Governo do Estado, durante ano vigente.

RENEGOCIAÇÃO

Motivada pelo desequilíbrio dos valores praticados pelo Governo de Minas em pagamento a espaços de publicidade, a renegociação de mídia acontecerá através de pesquisa individual, por CNPJ. O levantamento e tratamento de dados advindos de autorizações de mídia e/ou notas fiscais, possui como objetivo parametrizar informações para que através da aplicação de uma média ponderada sobre os valores e negociações recebidas, o Governo de Minas possa, através da Secom – Secretaria de Estado de Comunicação Social, garantir maior isonomia e a sadia manutenção de seus fornecedores de mídia em prol de uma comunicação pública governamental eficiente, abrangente e eficaz.

WHY? (POR QUE?)

Com o objetivo de estudar os inúmeros pedidos acerca de defasagem de valores/negociação de veículos, foi realizado, pelo Governo de Minas, em 2021, consultoria do Instituto Águila de Conhecimento e Gestão, que fez um estudo do meio rádio, por possuir maior número de representantes. Na oportunidade, a Secom teve acesso a dados que indicavam negociações de mídia defasadas em relação aos valores praticados por outros anunciantes. Identificou-se, posteriormente, que este cenário de desequilíbrio também era realidade junto a outros veículos de comunicação, de outros meios. Através de uma escuta ativa e constante diálogo, a Secom elaborou, ao longo dos anos de 2022 e 2023, uma série de estudos na tentativa de correção de tal realidade, com apoio de técnicos e professores acadêmicos, mas infelizmente os modelos não se mostraram adequados.

Percebeu-se com o passar do tempo que a defasagem nos valores praticados pelo Estado vinham gerando impacto direto em sua capacidade de comunicação, uma vez que diante da baixa oferta financeira junto a seus fornecedores, a Secom passou a contar com diversas negativas e notificações de suspensão na prestação de serviços de publicidade. Um estado de tamanha extensão territorial e número de municípios, possui o grande desafio de atingimento de sua população e os veículos de comunicação são peça fundamental para a difusão das informações de utilidade pública na divulgação de direitos, produtos e serviços do Governo do Estado de Minas Gerais colocados à disposição dos cidadãos com o objetivo de informar, educar e orientar a população.

WHY? (POR QUE?)

A ausência de dados de pesquisa para a defesa de grande parte dos fornecedores de mídia traz dificuldades ao governo em suas tomadas de decisão relacionadas a campanhas e projetos de comunicação. Entende-se que além da oportunidade de equilíbrio dos atuais valores pagos aos veículos de comunicação do estado, a pesquisa de mercado com foco no levantamento de preços praticados, a partir de uma ótica focada na lei da oferta e da procura, acaba por auxiliar o Estado a identificar aqueles fornecedores de maior potencial de comunicação e relevância local.

Entende-se, portanto, que os espaços publicitários dos veículos de comunicação, assim como qualquer outro produto ou serviço ofertado pelo mercado, possui seus valores embasados na lei da oferta e da procura, ou seja, quanto maior o volume de compra de espaços de um determinado veículo, menor espaço disponível para venda, o que vem a acarretar uma alta dos valores devido à escassez de oferta e alta da procura. Sendo assim, os preços de mercado irão funcionar também como um balizador para a aferição objetiva do potencial de cobertura e audiência dos veículos, correlacionando os valores ofertados pelos veículos à oferta de seus produtos de mídia e os reais valores pagos pelo seu mercado consumidor.

A SECOM ao final de 2023 realizou reunião junto a sindicatos e associações de classe para propor ao mercado a renegociação de mídia de 2024. Diante do atual cenário e em harmonia a AGE – Advocacia Geral do Estado, a proposta de renegociação é fundamentada em breve pesquisa mercadológica, em alinhamento à **LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. Tal frente de trabalho teve o intuito de balizar as tomadas de decisão em relação a possíveis correções de valores junto a fornecedores de mídia do Estado e auxiliar a secretaria a atuar de forma mais isonômica e democrática.

Um mecanismo objetivo, **100% operado pelo time técnico da Secom**, que se dará por CNPJ e proporcionará ao Estado a possibilidade de aferir quais são os valores de publicidade praticados pelo mercado mineiro, juntamente a cada uma das emissoras de **rádio, televisão, jornais impressos, portais, blogs e ativos de mídia exterior** cadastrados ou que venham a se cadastrar na base de fornecedores do Governo de Minas Gerais durante o ano de 2024.

Ainda sobre a **LGPD**, a Secom esclarece que dada a importância do alinhamento de suas ações junto à lei, o tratamento dos dados que serão coletados pela secretaria não serão utilizados com o objetivo de vantagem competitiva, não serão publicizados e/ou compartilhados com quaisquer outras entidades da esfera pública ou privada, ficando estabelecida a utilização de tais informações única e exclusivamente para a renegociação de mídia. Esclarece-se, portanto, que todos os dados coletados serão utilizados para propósitos legítimos, específicos e explícitos, sem a possibilidade de quaisquer tratamentos posteriores de forma incompatível a estas finalidades.



LPGD – Lei Geral de Proteção de Dados

Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios:

Finalidade	Realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades.
Adequação	Compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento.
Necessidade	Limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados.
Livre acesso	Garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais.
Qualidade dos dados	Garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento.
Transparência	Garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial.
Segurança	Utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão.
Prevenção	Adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais.
Não discriminação	Impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos.
Responsabilização e prestação de contas	Demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas.

LPGD – Lei Geral de Proteção de Dados

Art. 9º O titular tem direito ao acesso facilitado às informações sobre o tratamento de seus dados, que deverão ser disponibilizadas de forma clara, adequada e ostensiva acerca de, entre outras características previstas em regulamentação para o atendimento do princípio do livre acesso:

I	Finalidade específica do tratamento;
II	Forma e duração do tratamento, observados os segredos comercial e industrial;
III	Identificação do controlador;
IV	Informações de contato do controlador;
V	Informações acerca do uso compartilhado de dados pelo controlador e a finalidade;
VI	Responsabilidades dos agentes que realizarão o tratamento; e
VII	Direitos do titular, com menção explícita aos direitos contidos no art. 18 desta Lei.
§ 1º	Na hipótese em que o consentimento é requerido, esse será considerado nulo caso as informações fornecidas ao titular tenham conteúdo enganoso ou abusivo ou não tenham sido apresentadas previamente com transparência, de forma clara e inequívoca.
§ 2º	Na hipótese em que o consentimento é requerido, se houver mudanças da finalidade para o tratamento de dados pessoais não compatíveis com o consentimento original, o controlador deverá informar previamente o titular sobre as mudanças de finalidade, podendo o titular revogar o consentimento, caso discorde das alterações
§ 3º	Quando o tratamento de dados pessoais for condição para o fornecimento de produto ou de serviço ou para o exercício de direito, o titular será informado com destaque sobre esse fato e sobre os meios pelos quais poderá exercer os direitos do titular elencados no art. 18 desta Lei.

LPGD – Lei Geral de Proteção de Dados

Art. 10. O legítimo interesse do controlador somente poderá fundamentar tratamento de dados pessoais para finalidades legítimas, consideradas a partir de situações concretas, que incluem, mas não se limitam a:

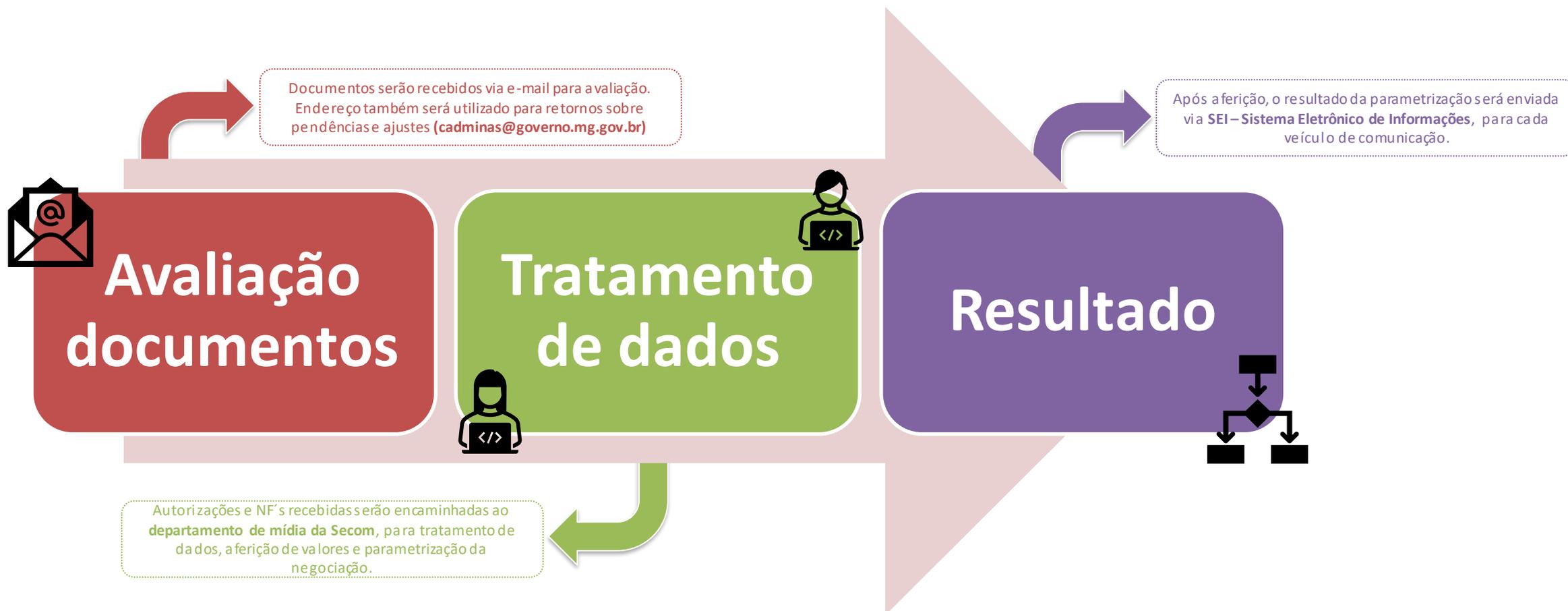
I	Apoio e promoção de atividades do controlador; e
II	II - proteção, em relação ao titular, do exercício regular de seus direitos ou prestação de serviços que o beneficiem, respeitadas as legítimas expectativas dele e os direitos e liberdades fundamentais, nos termos desta Lei.
§ 1º	Quando o tratamento for baseado no legítimo interesse do controlador, somente os dados pessoais estritamente necessários para a finalidade pretendida poderão ser tratados.
§ 2º	O controlador deverá adotar medidas para garantir a transparência do tratamento de dados baseado em seu legítimo interesse.

LPGD – Lei Geral de Proteção de Dados

Art. 20. O titular dos dados tem direito a solicitar a revisão de decisões tomadas unicamente com base em tratamento automatizado de dados pessoais que afetem seus interesses, incluídas as decisões destinadas a definir o seu perfil pessoal, profissional, de consumo e de crédito ou os aspectos de sua personalidade. (Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019)

§ 1º	O controlador deverá fornecer, sempre que solicitadas, informações claras e adequadas a respeito dos critérios e dos procedimentos utilizados para a decisão automatizada, observados os segredos comercial e industrial.
§ 2º	Em caso de não oferecimento de informações de que trata o § 1º deste artigo baseado na observância de segredo comercial e industrial, a autoridade nacional poderá realizar auditoria para verificação de aspectos discriminatórios em tratamento automatizado de dados pessoais.

O processo de recadastramento e renegociação de mídia se dará a partir de 03 etapas de trabalho, fazendo uso de plataformas distintas entre o recebimento das informações via e-mail, tratamento dos dados e parametrização de valores em sistema e envio de ofício contendo o resultado final e a proposta de renegociação da Secom, via SEI.



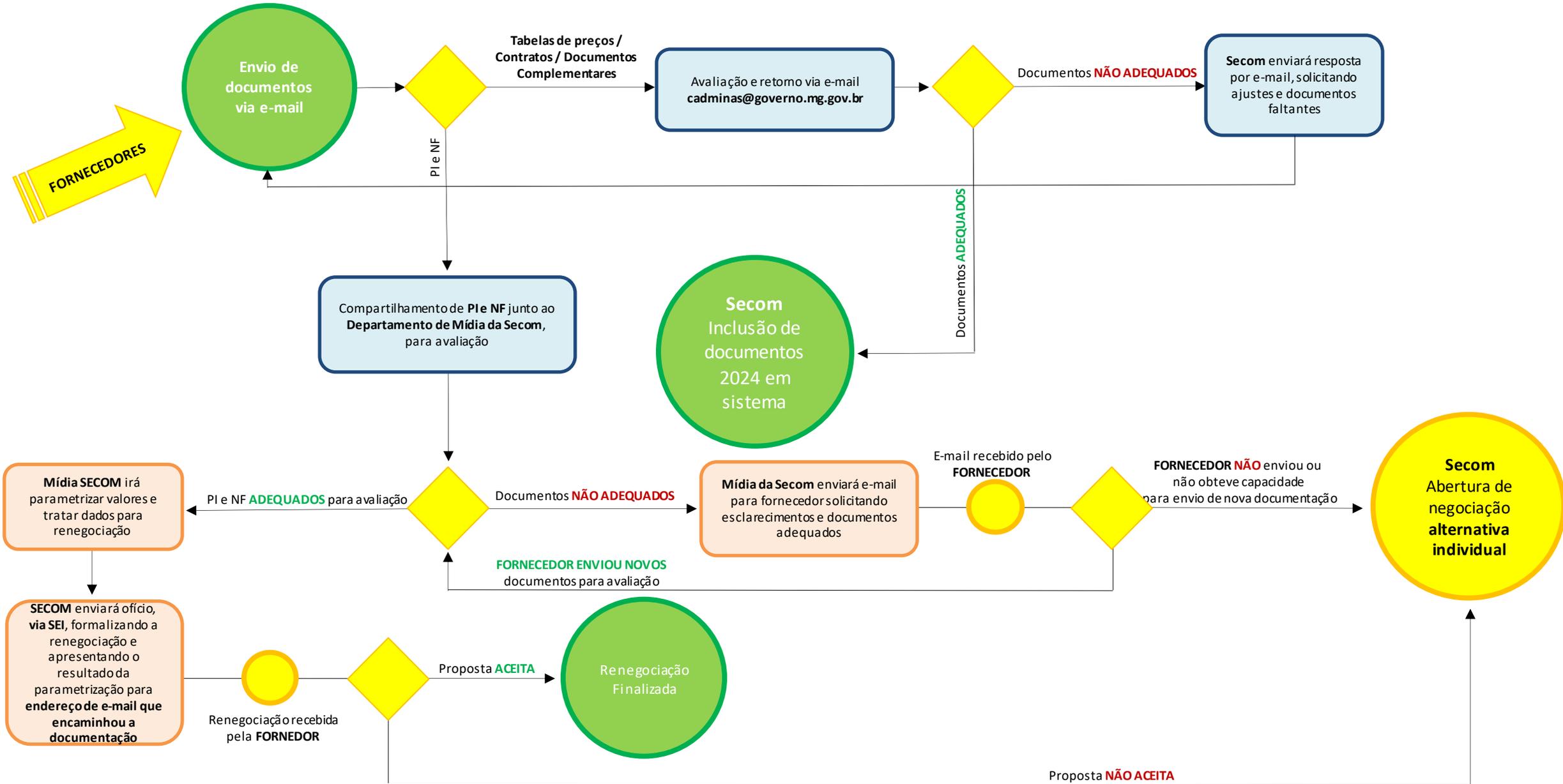
WHEN? (QUANDO?)

A seguir, cronograma de ações previstas para o período de recadastramento e renegociação de mídia 2024:

DATA / PERÍODO	ATIVIDADE REALIZADA / A REALIZAR
28/12/2023.	NOTIFICAÇÃO - Disparo de e-mail informativo acerca de regras e condições da renegociação
02/01 a 19/01/2024.	DIAGNÓSTICO - início da avaliação documental recebida via e-mail
11/01/2024.	REUNIÃO/DIAGNÓSTICO - reunião virtual junto a fornecedores para esclarecimento de dúvidas
19/01/2024.	REUNIÃO/DIAGNÓSTICO - reunião virtual junto a fornecedores para esclarecimento de dúvidas
22/01/2024.	NOTIFICAÇÃO - Início dos retornos via e-mail a respeito de: Tabela de preços / contratos e documentos complementares
23/01/2024.	NOTIFICAÇÃO - Início dos retornos via e-mail a respeito de: Pl's e NF's
19/01/2024.	NOTIFICAÇÃO - Envio por e-mail de documento acerca dos regramentos de PI e NF
29/01 a 02/02/2024.	OPERAÇÃO INTERNA - revisão e ajuste processual em atendimento ao mercado

05/02 a 09/02/2024.	RETORNOS - 1ª bateria de renegociação
15/02 e 16/02/2024.	RETORNOS - 2ª bateria de renegociação
19/02 a 23/02/2024.	RETORNOS - 3ª bateria de renegociação
26/02 a 01/03/2024.	RETORNOS - 4ª bateria de renegociação
01 a 31/03/2024.	RETORNOS - bateria FINAL de renegociação

HOW? (COMO?)



HOW? (COMO?)

O recadastramento e a renegociação de mídia será toda **executada pelo corpo técnico da Secom de Minas Gerais.**

A primeira etapa do processo se dará através da avaliação dos documentos pela DCC – Diretoria de Cotações e Cadastramento, a partir do recebimento dos arquivos no endereço cadminas@governo.mg.gov.br. Em paralelo os PI's e NF's enviadas serão disponibilizadas para o **Departamento de Mídia da Secom** que realizará a avaliação técnica dos documentos.

- **A DCC retornará por e-mail a respeito da adequação ou não dos documentos:** Tabela de preços – Contratos – Documentos complementares
- **A Mídia da Secom retornará através de outros endereços de e-mail a respeito da adequação ou não dos documentos:** PI – NF

A partir dos retornos recebidos, cada um dos setores ficará responsável por dar sequência ao processo de recadastramento e renegociação de mídia, em acordo com suas atribuições.

Para publicizar o processo de recadastramento e renegociação de mídia, o plano de ação conta com uma publicação oficial no **Diário Oficial do Estado de Minas Gerais**, conforme abaixo:

**SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO ESTADO DE
MINAS GERAIS - SUPERINTENDÊNCIA DE PUBLICIDADE**

Comunicamos que encontra-se aberto o processo de **RECADASTRAMENTO E RENEGOCIAÇÃO DE MÍDIA/2024**. A documentação dos fornecedores de publicidade deverão ser encaminhadas diretamente à Secom, até a data de 31 de março de 2024, para o endereço de e-mail: cadminas@governo.mg.gov.br

Documentação necessária:

- Tabela de Preços 2024 (todos os fornecedores)
- Certidão de Débitos relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União
- Certidão Negativa de Débitos Estadual
- Certidão Conjunta de Tributos Municipais
- Certificado de Regularidade do FGTS
- Certidão Negativa de Protesto
- Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas
- Certidão Negativa de Falência e Concordata

Empresas de mídia exterior: Contratos, Licenças, Autorizações e Alvarás Atualizados

Portais, blogs e similares: Relatório de Audiência ANUAL - (Analytics Jan a Dez 2023)

Jornais e revistas impressas: Declaração de tiragem e periodicidade (citando o Art.299)

Cada veículo de mídia deve enviar 6 (seis) autorizações de mídia/PI ou notas fiscais que comprovem seus valores de mercado:

- **03 (três)** documentos de entidades públicas (1 municipal e 2 estaduais/federais)
- **03 (três)** documentos de clientes privados

Somente serão aceitas autorizações de mídia/PI e notas fiscais emitidas em 2023.

Recibos ou documentos similares não serão aceitos.

**ATÉ 31 DE MARÇO DE 2024, OS VEÍCULOS QUE AINDA NÃO
TIVEREM SUA RENEGOCIAÇÃO FINALIZADA JUNTO À
SECRETARIA, PODERÃO CONTAR COM AUTORIZAÇÕES DE MÍDIA
BASEADAS NAS NEGOCIAÇÕES E TABELAS DE PREÇOS COM
VIGÊNCIA ATÉ 31 DE DEZEMBRO DE 2023*.**

*A alternativa de prorrogação dos valores praticados em 2023 tem por objetivo criar ambiente ideal para que o processo de renegociação e recadastramento se dê sem prejuízo estratégico ao Governo de Minas Gerais e suas estatais, além de garantir que os serviços de mídia poderão ser fornecidos, de forma ininterrupta e não condicionada às tratativas de 2024.

EM ATENDIMENTO AO MERCADO, A SECOM INFORMA QUE OS VEÍCULOS E FORNECEDORES DE MÍDIA DO ESTADO QUE NÃO CONSEGUIREM SE ADEQUAR AOS CRITÉRIOS PARA O ENVIO DE PI OU NF PODERÃO CONTAR AGORA COM A ABERTURA DE UMA NEGOCIAÇÃO ATIVA E INDIVIDUAL, MESMO SEM O ENVIO DOS DOCUMENTOS.

*A negociação alternativa individual será embasada em dados objetivos sempre que possíveis. Uma forma de flexibilizar as ações da Secom em prol do desenvolvimento e aprimoramento do mercado publicitário mineiro.

A seguir, esclarecimentos operacionais acerca de situações reais levantadas pela Secom, tendo por base documentações já recebidas durante o processo de diagnóstico:

Qual será a postura da Secom frente a um veículo que não conseguir apresentar todos os 06 documentos solicitados?

Neste caso, o departamento de mídia realizará contato por e-mail, solicitando todos os 06 documentos exigidos para a renegociação de mídia.

Serão aceitas menos PIs para veículos menores?

Não! A Secom realizará retorno via e-mail, solicitando a totalidade dos documentos.

É permitido a veículos enviarem mais PIs públicos a privados, ou vice-versa? Ex: 2 públicos + 4 privados | 5 privados + 1 público

Não! Os documentos deverão ser enviados conforme solicitação (3 públicos + 3 privados)

ATENÇÃO: No caso de empresas de perfil público privado, estas poderão ser enquadradas como públicas privadas, a depender da escolha do fornecedor.

No caso de um portal que enviou PI ou NF por período e por CPM, qual será o critério de avaliação.

Serão priorizados PIs e NFs por CPM, métrica entendida pela Secom e pelo mercado como a mais adequada para a comercialização.

Serão aceitos documentos de outros anos que não os com vigência em 2023?

Não! A Secom retornará via e-mail, solicitando a documentação adequada e que atenda aos parâmetros estabelecidos.

E se o veículo for novo e não possuir autorizações ou NF de 2023?

Neste caso o veículo deverá enviar a documentação de cadastramento de 2024 e informar por e-mail que o veículo não possui histórico de negociações, pois não contou com comercializações de produto em 2023.

Em caso de NF sem detalhamento, qual o procedimento para comprovar os produtos daquela comercialização?

A Secom retornará via e-mail, informando que **não é possível realizar a negociação devido à escassez de detalhamento.**

O veículo possui poucos clientes e enviou documentos repetidos de apenas uma instituição. Há algum problema?

Nesta situação a Secom enviará retorno via e-mail, solicitando esclarecimentos e documentos adequados.

Foram enviados PÍ's e NF's da própria Secom. Estes documentos serão aceitos?

Não! Documentos da própria Secom não poderão ser utilizados, pois o objetivo da renegociação é o de pesquisa de valores praticados por outros anunciantes para garantir o pagamento de valores justos a seus fornecedores.

AGRADECEMOS!