



Art. 2º - O crédito orçamentário de que trata o artigo 1º, modifica o orçamento do Sistema Único de Assistência Social, ampliando a sua composição nas seguintes ações orçamentárias:

- I. 2421 - Apoio financeiro para a concessão de Benefícios Eventuais, em R\$ 1.591.200,00
- II. 4822 - Apoio financeiro a Município na oferta de Serviço de Proteção Social Especial de Alta Complexidade, em R\$ 900.000,00

Art. 3º - O crédito orçamentário será destinado ao apoio financeiro via repasse fundo a fundo, através do FEAS, para realização das ações de Assistência Social em decorrência de situação de emergência/calamidade pública.

Parágrafo único - serão priorizados municípios que decretaram emergência/calamidade pública, homologada pelo estado, em decorrência das chuvas/enchentes ocorridas em 2024.

Art. 4º - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Parágrafo único - A resolução deverá ser referendada em plenária do Conselho Estadual de Assistência Social - CEAS.

FABYA REIS

PRESIDENTE DO CONSELHO ESTADUAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

RODRIGO ALVES

VICE-PRESIDENTE DO CONSELHO ESTADUAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

SECRETARIA DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia – FAPESB

TERMO DE OUTORGA NºDCR0011/2024, Pedido:1264/2023-LUIZA AMIM MERCANTE. SEI084.11473.2023.0005194-57. Objeto: Apoio Financeiro à execução de projeto decorrente da Chamada nº01/2023-Acordo de Cooperação Técnica CNPq/FAPESB. Unidade Gestora: 28.201 P/A 5373, Desp. Corrente e Capital, Fonte: 100. Vigência: 24 meses, a contar da data de sua publicação. Assinam: Handerson Jorge Dourado Leite, Diretor Geral, Outorgado e Representante Legal da Instituição Executora.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

PLANO ANUAL DE COMUNICAÇÃO - SECOM - 2024

1. DO PLANO

A Secretaria de Comunicação Social - SECOM, criada pela Lei nº 12.212, de 04 de maio de 2011, e alterada pela Lei nº 13.204, de 11 de dezembro de 2014, tem por finalidade propor, coordenar e executar a Política de Comunicação Social do Governo, bem como coordenar as atividades da Ouvidoria Geral do Estado, de acordo com as competências estabelecidas pelo Decreto Estadual Nº 16.283, de 17 de agosto de 2015.

O Plano Anual de Comunicação - SECOM/2024, elaborado por esta Pasta, visa nortear as ações da Secretaria, a partir das análises dos temas do PPA (Plano Pluri Anual 2024-2027).

As ações comunicacionais serão realizadas no decorrer do ano de 2024, partindo do compromisso que a SECOM tem de fortalecer a comunicação pública e a transparência nas ações governamentais ao realizar um diálogo transversal com todas as Secretarias de Estado.

As iniciativas visam divulgar informações importantes das demais Secretarias, com o objetivo de manter a população informada sobre as atividades do governo. A partir dos compromissos e metas estabelecidos no Plano Plurianual (PPA), serão selecionados os principais temas, divulgando-se de forma clara e objetiva para a população.

Além disso, deve-se garantir que as informações sejam precisas e atualizadas, bem como que a sua divulgação esteja acessível a todos, independentemente de sua condição socioeconômica ou de sua localização geográfica.

2. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

2.1 - Prestar contas aos cidadãos baianos de todo o trabalho realizado e em andamento, em diversas áreas, buscando a transversalidade de temas pelo Governo do Estado;

2.2 - Fixar o posicionamento e as marcas deste Governo;

2.3 - Criar e cultivar relacionamento permanente com grupos de interesse e sinérgicos;

2.4 - Incentivar a participação popular e a democratização da informação;

2.5 - Promover a cultura de transparência e prestação de contas;

2.6 - Valorizar e difundir a identidade cultural e os patrimônios históricos, artísticos e naturais da Bahia;

2.7 - Incentivar a cidadania ativa e o protagonismo dos cidadãos na construção de uma sociedade mais justa e democrática.

3. INFORMAÇÕES

3.1 - Oportunidades e Ameaças

3.2 - Entregas e Projetos

3.3 - Metas e Resultados

3.4 - Conquistas

3.5 - Histórias da vida real

3.6 - Reações positivas e negativas

4. AGENTES

4.1 - G.I. - Sistema de informação 360º integrando SECOM, Ouvidoria e demais Secretarias;

4.2 - Jornalismo - SECOM e ASCOMS de outras Secretarias;

4.3 - Pesquisas qualitativas e quantitativas;

4.4 - Agências de Propaganda;

4.5 - Clipagem;

4.6 - Secretários, Chefes de Gabinete e Líderes de Projetos.

5. ANÁLISE E ESTRATÉGIA

5.1 - Transformando informações em *insights*

5.1.1 - Fluxo Diário - Secom monitora os diversos canais que produzem alertas de oportunidades ou ameaças com recomendações estratégicas. Esta Secom processa e distribui orientações para produção de conteúdo, seja para imprensa, publicidade ou gestão de redes sociais. Parte da verba mensal deve ser contingenciada para gestão de crises;

5.1.2 - Fluxo Semanal - Secom se reúne com as agências para acompanhar o andamento das campanhas ativas, analisar os *dashboards* e construir o cronograma e o plano tático das semanas seguintes;

5.1.3 - Fluxo Mensal - Secom produz análises regionais e setoriais, além da visão global do Estado, permitindo avaliar o impacto das suas ações e campanhas, bem como identificar pontos fortes e de melhoria em sua estratégia de comunicação. Isto permite que a secretaria tome decisões informadas sobre como alocar recursos e planejar novas campanhas e ações.

5.2 - Produção de Conteúdo

5.2.1 - Linhas editoriais estratégicas para as campanhas - Sendo para grandes campanhas ou para pequenas ações de entregas obras e serviços, toda a comunicação deve procurar responder ao modelo de planejamento: I. Responsável; II. Objetivo; III. Mensagem; IV. Públicos; V. Canais; VI. Formatos; VII. Métricas de avaliação.

5.3 - Relacionamento com *Clusters* - A comunicação deve considerar o público em geral como alvo, mas deve-se sempre estar atento a alguns públicos específicos: I. Mulheres; II. Comunidade Negra; III. Comunidade LGBTQI+; IV. Comunidade da Agricultura Familiar; V. Comunidade da Economia Criativa; VI. Juventude /Estudantes; VII. Empresários.

5.4 - Distribuição da informação: I. Jornalismo/Imprensa; II. Propaganda e Publicidade; III. Redes Sociais - canais próprios; IV. WhatsApp - canal próprio; V. CRM / e-mail; VI. Influenciadores; VII. Eventos Secretarias.

5.5 - Métricas: I. *Recall* das realizações do Governo; II. Alcance e frequência dos conteúdos; III. Engajamento de cada público estratégico; IV. Impactos na imprensa / media clipping; V. Pesquisa de hábitos de consumo de mídia.

6. CAMPANHAS ESTRATÉGICAS

6.1 - I. Verbas; II. Conteúdos; III. Formatos; IV. Meios; V. Veículos

6.2 - Estruturar para pensar campanhas:

6.2.1 - Objetivos: Gerais e Específicos

6.2.2 - Públicos/*Clusters*: Estado - Região - Cidades - Segmentos específicos - Interesses

6.2.3 - Meios/Canais: TVs Aberta / Fechada - Rádio - *Internet* - *Outdoor* - Impressos - Mídia Alternativa - Plataformas de *Streaming* - Influenciadores

6.2.4 - Período: Diário - Semanal - Quinzenal - Mensal - Por inserção

6.2.5 - Investimento: Definição de verba publicitária

6.2.6 - Métricas: Audiência - Alcance - Visualizações - Engajamento - Fluxo para *sites* - Cadastros.

7. TEMAS ESTRATÉGICOS

7.1 - Temas Prioritários: Educação; Segurança Pública; Combate à fome e ao desemprego; Saúde.

7.2 - Temas de Oportunidade: Covid-19; Gestão; Diversos.

7.3 - Temas essenciais: Conexão Juventude; Cultura; Segurança; Balanço/Realizações/Obras/Serviços.

8. INSTITUCIONAL

8.1 - CAMPANHA INSTITUCIONAL A SER DEFINIDA

8.1.1 - Secretarias vinculadas: SECOM

8.1.2 - Objetivo: Comunicação contínua para reforçar o conceito de Governo que trabalha pela Bahia, cuidando das pessoas, cuidando de gente. Fortalecer o posicionamento estratégico e a imagem do Governo, embasado nas entregas de obras e serviços, no retorno e benefícios das ações do Governo para a população baiana.

8.1.3 - Cobertura: Estadual - Bahia.

8.1.4 - Meios sugeridos: TV aberta e fechada, rádio, *outdoor*, digital, jornal, revista, outros.

8.1.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades.

8.2 - BAHIA SEM FOME

8.2.1 - Secretarias vinculadas: SECOM

8.2.2 - Objetivo: Divulgar e ampliar o conhecimento acerca do Programa Estadual de Combate à Fome do Governo do Estado da Bahia, que tem como meta assegurar às pessoas em situação de vulnerabilidade social o acesso a alimentos em qualidade e quantidade necessárias à garantia do direito humano à alimentação adequada e saudável, bem como promover a segurança alimentar e nutricional, reduzindo os índices de insegurança alimentar grave no Estado da Bahia.

8.2.3 - Cobertura: Estadual - Bahia.

8.2.4 - Meios sugeridos: televisão, rádio, *internet*, redes sociais.

8.2.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades

8.3 - HIDROGÊNIO VERDE

8.3.1 - Secretarias vinculadas: SDE e SEMA.

8.3.2 - Objetivo: posicionar a Bahia como um Estado que avança em políticas e investimentos focados nos desafios impostos pela crise climática, conscientizar a sociedade sobre os benefícios dessa tecnologia e a importância da aceleração da transição energética, bem como destacar como investimentos nesta área podem gerar empregos e impulsionar o desenvolvimento de novas tecnologias e indústrias.

8.3.3 - Cobertura: Estadual - Bahia

8.3.4 - Meios sugeridos: *internet*, redes sociais.

8.3.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades.

8.4 - AÇÕES BAHIA PROJETOS INSTITUCIONAIS

8.4.1 - Secretarias vinculadas: SECOM

8.4.2 - Objetivo: informar as ações de trabalhos, serviços e entregas do governo do estado em toda a Bahia, além de apoios institucionais com entregas de utilidade pública.

8.4.3 - Cobertura: Estadual - Bahia

8.4.4 - Meios sugeridos: televisão, rádio, *internet*, redes sociais

8.4.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades

8.5 - COMBATE AO MOSQUITO AEDES AEGYPTI

8.5.1 - Secretarias vinculadas: SESAB

8.5.2 - Objetivo: veiculação de campanha publicitária de utilidade pública no combate ao mosquito *Aedes Aegypti* em todo o estado da Bahia, com peças que impactem a sociedade para o nível de criticidade do momento e que também tratem o tema de forma didática, orientando a população como se comportar com atitudes preventivas às referidas doenças, de acordo com os recentes alertas da SESAB sobre o substancial aumento de casos de dengue, Zika e Chikungunya em nosso território.

8.5.3 - Cobertura: Estadual - Bahia

8.5.4 - Meios sugeridos: televisão, cinema, rádio, carro de som, *outdoor*, *bus tv*, painel eletrônico, Elemídia (televisão em elevador), jornal, revista, *internet*, panfletos, redes sociais, disparo de *WhatsApp*.

8.5.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades

8.6 - PORTAL BA.GOV;

8.6.1 - Secretarias vinculadas: SECOM e SAEB

8.6.2 - Campanha para divulgar o novo portal *ba.gov*, plataforma digital que reúne todos os serviços prestados pelo Governo e todas as informações que o cidadão necessita.

8.6.3 - Cobertura: Estadual - Bahia.

8.6.4 - Meios sugeridos: TV, *outdoor*, rádio, *internet* e redes sociais.

8.6.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades

8.7 - MOBILIDADE

8.7.1 - Secretarias vinculadas: SEDUR.

8.7.2 - Objetivo: Informar a população sobre as obras de mobilidade já entregues ou que estão em andamento realizadas pelo governo. Direcionar a comunicação mostrando toda a transformação e melhorias em relação a mobilidade, na capital e no interior.

8.7.3 - Cobertura: Estadual - Bahia.

8.7.4 - Meios sugeridos: televisão, *outdoor*, rádio, *internet*, redes sociais.

8.7.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades.

8.8 - JORNADAS ESPORTIVAS

8.8.1 - Secretarias vinculadas: SECOM

8.8.1.2 - Objetivo: veiculação de *spot* de rádio que informe ações, serviços e entregas em toda a Bahia, além de posicionamento institucional do Governo do Estado durante as resenhas das jornadas esportivas de várias rádios da Bahia. Sendo necessário, poderemos também veicular peças de *spots* de utilidade pública nesta campanha (já produzidos em suas respectivas campanhas).

8.8.1.3 - Cobertura: Estadual - Bahia.

8.8.1.4 - Meios sugeridos: rádio.

8.8.1.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades

8.9 - MAIO AMARELO

8.9.1 - Secretarias vinculadas: DETRAN.

8.9.2 - Objetivo: veiculação de campanha para informar a população da Bahia sobre a importância da educação, conscientização e segurança no trânsito.

8.9.3 - Cobertura: Estadual - Bahia.

8.9.4 - Meios sugeridos: rádio, *outdoor*, *internet*, redes sociais.

8.9.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades.

8.10 - REGIONAIS BAHIA

8.10.1 - Secretarias vinculadas: SECOM.

8.10.2 - Objetivo: veiculação de campanha publicitária, das ações do governo do estado em regiões específicas, sobre as entregas realizadas em todas as áreas da administração pública, em todo estado da Bahia, considerando seus respectivos preditores nas 14 regiões estratégicas baianas.

8.10.3 - Cobertura: Estadual - Bahia.

8.10.4 - Meios sugeridos: elemídia (televisão em elevador), jornal, revista, televisão, cinema, rádio, carro de som, *internet*, redes sociais.



8.10.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades.

8.11 - NOVA BAHIA

8.11.1 - Secretarias vinculadas: SECOM.

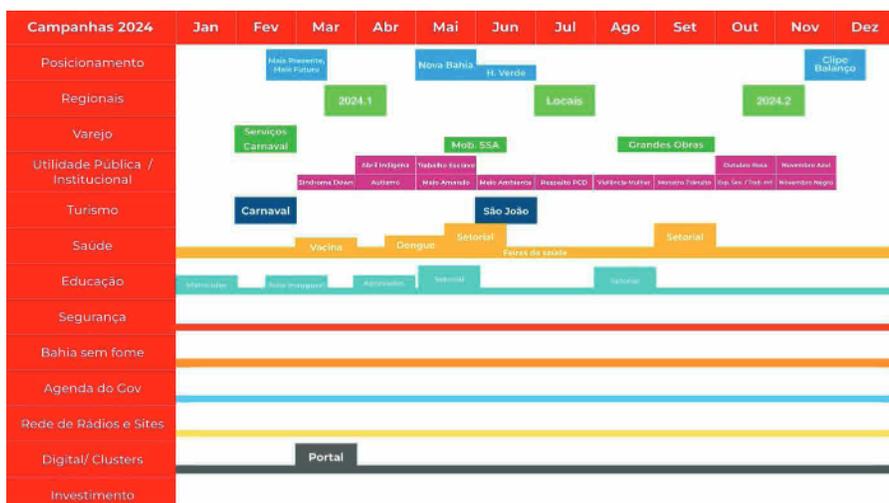
8.11.2 - Objetivo: veiculação de campanha publicitária posicionando a Bahia como um estado que segue avançando, reforçado com o Novo PAC que vai permitir investimentos e conquistas em diversos setores, incluindo transição energética, novas tecnologias, agricultura sustentável, educação moderna, inclusão social e uma vida melhor para os baianos.

8.11.3 - Cobertura: Estadual - Bahia.

8.11.4 - Meios sugeridos: tv, rádio, outdoor, internet, redes sociais.

8.11.5 - Público-alvo: homens e mulheres de todas as idades.

9. CRONOGRAMA DE CAMPANHAS.



10. PREVISÃO DE ORÇAMENTO

A previsão orçamentária relativa aos serviços de publicidade para o presente exercício será de R\$ 143.000.000,00 (cento e quarenta e três milhões de reais), de acordo com a Lei Orçamentária Anual - LOA, Lei Nº 14.652 de 10 de janeiro de 2024, divididos da seguinte forma:

- Publicidade de Utilidade Pública - R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais)
Publicidade Institucional - R\$ 106.000.000,00 (cento e seis milhões de reais)
Produção de Conteúdo Multimídia nos Canais Institucionais do Governo - R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais)

11. ORÇAMENTO DE PUBLICIDADE POR MÊS

11.1 - O orçamento será dividido da seguinte forma:

Table with 6 columns: JANEIRO, FEVEREIRO, MARÇO, ABRIL, MAIO, JUNHO. Values range from 7,010,000.00 to 15,186,200.00.

Table with 6 columns: JULHO, AGOSTO, SETEMBRO, OUTUBRO, NOVEMBRO, DEZEMBRO. Values range from 11,940,200.00 to 602,900.00.

12. ORÇAMENTO DE PÚBLICIDADE POR SECRETARIA

12.1 - O orçamento será dividido da seguinte forma:

Table with 6 columns: SECOM, SESAB, SEC, SECLT, SEDUR, SETUR. Values range from 76,650,000.00 to 692,000.00.

Table with 6 columns: SDR, SECTI, SEFAZ, SAEB, SETRE, CASA CIVIL. Values range from 520,000.00 to 5,387,900.00.

Table with 6 columns: SSP, SEAGRI, SEPROMI, SEINFRA, GABGOV, SPM. Values range from 265,000.00 to 3,170,000.00.

Table with 6 columns: PMBA, SDE, SEPLAN, SIHS, SEMA, DETRAN. Values range from 41,000.00 to 5,059,000.00.

Table with 6 columns: UNEB, SJHDS, OUVIDORIA, SUDESB, FPC, CAR. Values range from 63,000.00 to 164,000.00.

Table with 5 columns: SEADES, SERIN, SAC, IRDEB, SSP-SIGIP. Values range from 882,000.00 to 265,200.00.

12.2 - O Tribunal de Contas do Estado da Bahia - TCE/BA recomendou à SECOM providências no sentido de "Articular-se com a SEFAZ, a fim de aprimorar os mecanismos de programação e controle da execução orçamentária e financeira, de modo a evitar a realização de despesas que não tenham suporte orçamentário, afastando possíveis distorções no orçamento", razão pela qual foi posta em Plano de Ação e segue sendo reiterada a seguinte medida: "Cumprir a programação financeira, como determinado pelo TCE, solicitando a liberação da Concessão a Sefaz para que as despesas que não forem pagas tempestivamente sejam inscritas em Restos a Pagar. Aliado a essa diligência a necessidade de cobrança reiterada à Sepjan por suplementação orçamentária".

ANDRÉ NASCIMENTO CURVELLO

Secretário de Comunicação Social

TIAGO DE LEÃO MONTEIRO

Coordenador Executivo de Publicidade e Propaganda

SECRETARIA DE CULTURA

DECISÃO DO SECRETÁRIO 31/01/2024

Por tudo que foi aludido no processo 022.2238.2022.0005523-03, com base no parecer sistêmico PARECER nº GAB-FFB-JLD-VSN-017/2017 e Resolução 144 de 12/12/2013 TCE/BA, acolho o Relatório Final da Servidora designada pela Portaria nº 113, de 03 de novembro de 2022, publicada no DOE de 04/11/2022, e determino o ARQUIVAMENTO do Processo de Reparação de Danos ao Erário em face do proponente Fundação Professor Benedito Ralile, haja vista a APROVAÇÃO da prestação de contas da 2ª parcela do TCC Nº 05/2016, no âmbito do Projeto Ponto de Cultura: Aprendendo com a Mídia, e conclusão de que NÃO HOUVE DANO AO ERÁRIO.

BRUNO MONTEIRO

Secretário de Cultura do Estado da Bahia

Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural – IPAC

Portaria Nº 00750906 de 01 de Fevereiro de 2024

O(A) Diretor Geral do(a) INST DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL - IPAC, no uso de suas atribuições e tendo em vista o disposto no(a) art. 107 a art.110, da Lei 6.677, de 26 de setembro de 1994, e/ou art.3º ao 7º da Lei nº 13.471, de 30 de dezembro de 2015, resolve conceder o direito à Licença-Prêmio ao(s) servidor(es) integrante(s) do Quadro de Pessoal deste órgão, abaixo relacionado(s):

Table with 5 columns: Matrícula, Nome, Quinquênio, Data Início, Data Fim. Entry for ITAMARA MENEZES DA CRUZ.

LUCIANA MANDELLI

INST DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL

Portaria Nº 00750908 de 01 de Fevereiro de 2024

O(A) Diretor Geral do(a) INST DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL - IPAC, no uso de suas atribuições e tendo em vista o disposto no(a) art. 107 a art.110, da Lei 6.677, de 26 de setembro de 1994, e/ou art.3º ao 7º da Lei nº 13.471, de 30 de dezembro de 2015, resolve conceder o direito à Licença-Prêmio ao(s) servidor(es) integrante(s) do Quadro de Pessoal deste órgão, abaixo relacionado(s):

Table with 5 columns: Matrícula, Nome, Quinquênio, Data Início, Data Fim. Entry for MARTINS DE SOUZA SANTOS.

LUCIANA MANDELLI

INST DO PATRIMÔNIO ARTÍSTICO E CULTURAL

RESUMO DE TERMO DE CONCESSÃO ONEROSA

Concorrência Pública 002/2023 - Concessionária: Juci Alimentos Ltda. Objeto: O presente contrato a Concessão de Uso de imóvel localizado na Rua das Laranjeiras, nº 15, Pelourinho, Centro Histórico de Salvador - Ba, para fins de exploração comercial de serviços de bar/restaurante.