



INSTITUCIONAL

1. Gestor

Gean Carlo Carvalho

2. Visão Institucional

2.1 Objetivo Institucional

Planejar e executar a política de comunicação do Estado de Goiás, maximizando o acesso do cidadão às informações de interesse público e garantindo transparência e proximidade com a sociedade.

2.2 Legislação

[Lei da Criação no 20.417 de 06 de fevereiro de 2019](#) (Criação da Secretaria de Estado de Comunicação - SECOM)

[Lei no 21.792, de 16 de fevereiro de 2023](#) (Organização administrativa do Poder Executivo do Estado de Goiás)

[Decreto no 10.218, de 16 de fevereiro de 2023](#) (Composição da estrutura básica da Secretaria de Estado de Comunicação)

[Decreto no 10.345, de 20 de novembro de 2023](#) (Aprova o regulamento da SECOM).

3. Auto-Avaliação da Gestão

3.1 Síntese da Gestão - Aspectos Gerais

No exercício de 2023 a Secretaria de Estado de Comunicação cumpriu com suas atribuições determinada pela [Lei Estadual no 20.491, de 25 de Junho de 2019](#), sendo:

Art. 31. À Secretaria de Estado de Comunicação compete:

I– a coordenação das ações de comunicação social, propaganda, publicidade e divulgação na imprensa local, regional e nacional dos atos e das atividades do Poder Executivo estadual, bem como da gestão das redes e mídias sociais;

II – o assessoramento ao Governador do Estado e a coordenação do assessoramento aos Secretários de Estado e seus equivalentes hierárquicos, aos dirigentes superiores de autarquias e fundações, no relacionamento com a imprensa e outros meios de comunicação.

A comunicação social é essencial ao processo democrático, cumprindo o relevante papel de dar maior transparência aos atos de governo conforme disposto no artigo 37, § 1o, da Constituição Federal.

O serviço de publicidade tem caráter educativo e informativo e deve atender à necessidade de promover a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, que devem ter caráter educativo, informativo ou de orientação social.

3.2 Planejamento - Instrumentos Utilizados além do PPA/LOA

A Secretaria de Estado de Comunicação, além do Mapa estratégico que direciona as ações do órgão, conta também com o Plano Anual de Comunicação, ferramenta utilizada para o desenvolvimento das campanhas publicitárias.

3.3 Descrição dos Principais Indicadores de Desempenho

Na elaboração do [PPA 2020/2023](#) a meta para o indicador "Campanha de Utilidade Pública Realizada" foi estimada em 8, porém, tendo em vista os contratos de publicidade vigentes, no valor de R\$ 100 milhões, foram realizadas 55 campanhas.

PROGRAMAS DE GOVERNO

PROGRAMA: 1013 - PARTICIPAÇÃO E CONTROLE SOCIAL

AÇÃO: 3019 - PUBLICIZAÇÃO DAS AÇÕES DO GOVERNO

ÓRGÃO RESPONSÁVEL: 1200 - SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

U.O.: 1201 - GABINETE DA SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

REALIZAÇÕES

A Secretaria de Comunicação desempenhou em 2023 ações de comunicação social, propaganda, publicidade e divulgação dos atos e das atividades do Poder Executivo estadual nas imprensas local, regional e nacional, bem como a gestão das redes e das mídias sociais do Estado e do governador.

Responsável por coordenar as diretrizes que nortearam também as demais pastas e seus equivalentes hierárquicos, bem como aos dirigentes superiores e autarquias e fundações, no relacionamento com a imprensa e outros meios de comunicação, a Secom realizou 384 coberturas neste ano.

Ao longo de 2023, a SECOM atuou com seriedade e dedicação para levar à sociedade o reconhecimento das ações promovidas pelo Estado. A Secom seguiu à risca as diretrizes da gestão que tem como foco o social e o combate a pobreza.

Em janeiro a SECOM realizou a cobertura da visita do governador Ronaldo Caiado ao presidente Luis Inácio Lula da Silva para discutir projetos para diminuição da desigualdade e promoção do emprego.

Em fevereiro, o governador Ronaldo Caiado lançou as obras do Complexo Oncológico de Referência do Estado de Goiás – CORA, em Goiânia. Com investimento de R\$ 424,71 milhões, a unidade terá 148 leitos de internação, centro cirúrgico, farmácia, centro de exames por imagem e de infusão quimioterápica. O CORA comportará procedimentos de alta complexidade, como transplante de medula óssea.

O complexo contará ainda com leitos para internação de adultos, ala de prevenção e um alojamento para receber familiares de paciente. A Secom também realizou cobertura das entregas na área habitacional. A exemplo da entrega em maio no município de Campestre, por meio do Programa Pra Ter Onde Morar – Construção/casas a custo zero e também Aluguel Social. De igual forma, a publicidade é imprescindível para que famílias que estejam em qualquer lugar do Estado e se enquadrem nos critérios possam se inscrever.

Na área da Educação a Secom divulgou as entregas de unidades escolares, como a inauguração da escola padrão Século XXI em Teresina de Goiás e o anúncio, pelo governador Ronaldo Caiado, do pagamento do Piso, em maio de 2023, quando o Governo de Goiás reajustou em 5,93% a Data-Base do funcionalismo público estadual e fez a adequação dos vencimentos dos professores da rede pública ao novo Piso Salarial Nacional.

Junho foi um mês de muitos eventos, dentre eles destaca-se a cobertura do maior evento de tecnologia do Estado, a Campus Party Goiás que foi realizada de 15 a 19/06. Neste ano, o evento teve recorde de público e, cerca de 150 mil pessoas passaram pela estrutura montada no Passeio das Águas Shopping, em Goiânia.

Em julho deste ano foi celebrado o aniversário de 296 anos da cidade de Goiás. Na data também foi realizada simbolicamente a transferência dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, acompanhadas e noticiadas pela comunicação do governo.

Na Cultura, a Secom fez ampla cobertura da Procissão do Fogaréu, FICA e Festival Canto da Primavera.

O HUB Goiás – O primeiro HUB público da região Centro-Oeste entrou em operação em julho de 2023 e contou com investimento de R\$12,3 milhões. Destinado a atividades ligadas ao empreendedorismo e inovação, é administrado pelo Porto Digital.

A Secom fez durante todo ano ampla cobertura da atuação do Goiás Social, que trabalha com três eixos basilares de atuação: Emergencial, Protetivo e Emancipatório. O Programa Dignidade foi lançado em agosto de 2023 e beneficia com R\$ 300 ao mês pessoas idosas entre 60 e 65 anos em situação de pobreza ou de extrema pobreza em Goiás, inscritas no Cadastro Único (CadÚnico). A importância de dar transparência a tais programas por parte da Secom está no fato de informar possíveis famílias que, por ventura, não esteja no programa e tenha direito de estar.

As publicações dos conteúdos e das ações do Governo nos veículos de imprensa são uma importante ferramenta para controle, divulgação do trabalho e também fiscalização da própria sociedade.

Em 2023 o poder Executivo Estadual conseguiu inserir 135.848 notícias em veículos locais, nacionais e internacionais. Destas publicações, a maioria delas, 67,7%, são de cunho positivo, outras 31,4% são neutras e apenas 0,9% são negativas.

Por meio da análise de ocupação da mídia, o Governo de Goiás esteve presente em 559 horas e 06 minutos e 32 segundos nas TVs e 806 horas, 50 minutos e 33 segundos nas rádios. Na centimetragem da mídia impressa e online, o conteúdo é convertido em valores e dimensões aproximadas, para serem calculados. A web calculou 6.912.281 centímetros e os impressos 997.523 centímetros.

As notícias que mencionaram o Governo do Estado diretamente, ou seja, como uma fonte primária e/ou personagem, representam 77,4% do total. Os principais assuntos divulgados são o avanço do PIB Goiano, Vacinação Covid-19, Saúde estadual, o Programa Pra Ter Onde Morar, ações do Goiás Social, Geração de Empregos, Segurança Pública, a gestão do governador Ronaldo Caiado, além de assuntos relacionados à agenda cultural promovida pelo estado.

Segmentando as informações por tipos de textos tem-se que 123.239 ou 90,7% são matérias, 4.990 (3,7%) estão em colunas, 4.749 em chamada de capa, 1.959 são entrevistas, 239 em debates, 228 citações em artigo, 161 em editorial, 116 em notas, 57 em matéria com chamada, 50 em reportagem, 39 em carta/email, 14 anúncios ou publicidade, e sete ao vivo e chamada.

A distribuição por mídia aponta os sites como a mídia que mais publicou assuntos de relevância do Governo de Goiás, sendo 69,7%, seguido dos impressos 14,4%, rádios 6,4%, TVs 5,9% e 3,6% blogs e outros. Entre os 10 veículos de imprensa, que divulgaram as ações do Governo de Goiás, com maior valor publicitário estão a TV Anhanguera, o jornal O Popular, a Record TV, a TV Globo nacional, Record TV Nacional, GloboNews, Diário da Manhã, jornal O Hoje, Diário de Aparecida e a TV Serra Dourada.

A Secretaria de Estado de Comunicação tem cumprido integralmente sua obrigação legal de atender o princípio a publicidade, garantindo visibilidade às ações Estado como forma de prestação de serviço à população.

AÇÃO: 3119 - PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA

ÓRGÃO RESPONSÁVEL: 1200 - SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

U.O.: 1201 - GABINETE DA SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

REALIZAÇÕES

Durante o ano de 2023, as campanhas mais relevantes realizadas pela SECOM foram sobre prestação de contas e utilidade pública, com destaque para campanha Multivacinação, Aplicativo Mulher Segura e Matrículas Escolares, que ajudam a sociedade goiana em seu desenvolvimento e tem mostrado resultados satisfatórios.

A campanha Matrículas só no primeiro dia, teve um número superior a 450 mil alunos matriculados. O Aplicativo Mulher Segura atendeu mais de 476 ocorrências apenas em 120 dias. A campanha Multivacinação imunizou mais de 84 mil crianças e adolescentes no estado de Goiás. Outro bom exemplo de campanha publicitária foi a Campanha Transporte Metropolitano que divulgou durante aproximadamente dois meses ações do Governo

Estadual na recuperação e modernização do transporte coletivo de toda região metropolitana de Goiânia. Essa ação gerou reações positivas em pesquisas e nas redes sociais.

Todas elas tiveram a finalidade de esclarecer para a população sobre as políticas públicas de governo que vem sendo desenvolvidas e também prestar contas dos resultados alcançados e investimentos realizados.

As publicações dos conteúdos e das ações do Governo nos veículos de imprensa são uma importante ferramenta para controle, divulgação do trabalho e também fiscalização da própria sociedade.

Em 2023 o poder Executivo Estadual conseguiu inserir 135.848 notícias em veículos locais, nacionais e internacionais. Destas publicações, a maioria delas, 67,7%, são de cunho positivo, outras 31,4% são neutras e apenas 0,9% são negativas. Por meio da análise de ocupação da mídia, o Governo de Goiás esteve presente em 559 horas e 06 minutos e 32 segundos nas TVs e 806 horas, 50 minutos e 33 segundos nas rádios.

Na centimetragem da mídia impressa e online, o conteúdo é convertido em valores e dimensões aproximadas, para serem calculados. A web calculou 6.912.281 centímetros e os impressos 997.523 centímetros. As notícias que mencionaram o Governo do Estado diretamente, ou seja, como uma fonte primária e/ou personagem, representam 77,4% do total.

Os principais assuntos divulgados são o avanço do PIB Goiano, Vacinação Covid-19, Saúde estadual, o Programa Pra Ter Onde Morar, ações do Goiás Social, Geração de Empregos, Segurança Pública, a gestão do governador Ronaldo Caiado, além de assuntos relacionados à agenda cultural promovida pelo estado.

Segmentando as informações por tipos de textos tem-se que 123.239 ou 90,7% são matérias, 4.990 (3,7%) estão em colunas, 4.749 em chamada de capa, 1.959 são entrevistas, 239 em debates, 228 citações em artigo, 161 em editorial, 116 em notas, 57 em matéria com chamada, 50 em reportagem, 39 em carta/email, 14 anúncios ou publicidade, e sete ao vivo e chamada.

A distribuição por mídia aponta os sites como a mídia que mais publicou assuntos de relevância do Governo de Goiás, sendo 69,7%, seguido dos impressos 14,4%, rádios 6,4%, TVs 5,9% e 3,6% blogs e outros. Entre os 10 veículos de imprensa, que divulgaram as ações do Governo de Goiás, com maior valor publicitário estão a TV Anhanguera, o jornal O Popular, a Record TV, a TV Globo nacional, Record TV Nacional, GloboNews, Diário da Manhã, jornal O Hoje, Diário de Aparecida e a TV Serra Dourada.

No tocante a redes sociais, Facebook e Instagram, o Governo de Goiás alcançou quase 9 milhões de pessoas, indicando um impacto significativo nas interações online.

O alcance no Facebook apresentou um notável aumento de 749,7%, indicando uma expansão significativa da visibilidade das publicações governamentais nessa plataforma. Houve um total de 94.166 visitas ao perfil oficial no Facebook. Foram conquistados 3.466 novos seguidores, refletindo um aumento no interesse e na base de apoiadores dessa plataforma. O governo de Goiás compartilhou 753 publicações, mostrando um esforço contínuo na comunicação e disseminação de informações nessa rede.

No Instagram, o crescimento no alcance foi de 402,7%, demonstrando uma considerável ampliação da audiência nessa rede social. O número de visitas ao perfil do governo de Goiás no Instagram atingiu 216.907. A presença no Instagram atraiu um expressivo número de 39.733 novos seguidores, indicando uma crescente popularidade nessa rede. Foram realizadas

733 publicações no Instagram, indicando uma presença ativa e consistente nessa plataforma ao longo do período.

A Secretaria de Estado de Comunicação tem cumprido integralmente sua obrigação legal de atender o princípio da publicidade, garantindo visibilidade às ações Estado como forma de prestação de serviço à população.

Relatório gerado em 22/01/2024 às 17:04:19

TODOS OS ÓRGÃOS E ENTIDADES

1013 - PARTICIPAÇÃO E CONTROLE SOCIAL

EIXO: GOIÁS DA GOVERNANÇA E GESTÃO TRANSFORMADORA

OBJETIVO: CONTROLE SOCIAL

JUSTIFICATIVA: Os esforços previstos para o Programa se justificam por várias razões, descritas a seguir: Necessidade de se introduzir outras iniciativas/canais de controle social além dos já existentes;

- Baixa abrangência do controle social; Falta de interesse do cidadão em participar do controle social; Falta de interesse do servidor público em criar iniciativas que promovam o controle social;
- Falta de unidades de ouvidoria em alguns órgãos/entidades;
- Desconhecimento do cidadão sobre os canais de comunicação disponíveis;
- Baixa interlocução com a sociedade civil organizada – ONGs e Conselhos; Baixa aplicabilidade na utilização de recursos visando a comunicação social com o cidadão, e insuficiência de campanhas informativas da importância desse canal para o controle social;
- Falta de publicação de informações e dos meios de acessos disponibilizados, necessários às instâncias de diálogo junto à população; Aproximação e adaptação insuficientes das Emissoras e Imprensa Oficiais do Estado ao universo da comunicação digital, a exemplo de sites e portais digitais;
- Necessidade de estabelecimento de processos que possibilitem a transparência da gestão e a participação da sociedade nas decisões tomadas e na definição de prioridades.

RESULTADO ESPERADO: Transparência e garantia de pleno acesso à informação de modo a estimular maior participação social nas ações do governo.

VALOR INVESTIDO NO PROGRAMA: R\$ 122.966.838,41

AÇÕES DO PROGRAMA

3019 - PUBLICIZAÇÃO DAS AÇÕES DO GOVERNO

ÓRGÃO RESPONSÁVEL: 1200 - SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

ATUAÇÃO: Realização de campanhas publicitárias para tornar transparentes as ações de governo e propiciar conhecimento aos cidadãos.

METAS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: 16.10 Assegurar o acesso público à informação e proteger as liberdades fundamentais, em conformidade com a legislação nacional e os acordos internacionais.

16.7 Garantir a tomada de decisão responsiva, inclusiva, participativa e representativa em todos os níveis.

VALOR INVESTIDO NA AÇÃO: R\$ 35.048.053,93

PRINCIPAIS RESULTADOS: A Secretaria de Comunicação desempenhou em 2023 ações de comunicação social, propaganda, publicidade e divulgação dos atos e das atividades do Poder Executivo estadual nas impressas local, regional e nacional, bem como a gestão das redes e das mídias sociais do Estado e do governador.

Responsável por coordenar as diretrizes que norteiam também as demais pastas e seus equivalentes hierárquicos, bem como aos dirigentes superiores e autarquias e fundações, no relacionamento com a imprensa e outros meios de comunicação, a Secom realizou 384 coberturas neste ano.

Ao longo de 2023, a SECOM atuou com seriedade e dedicação para levar à sociedade o reconhecimento das ações promovidas pelo Estado. A Secom seguiu à risca as diretrizes da gestão que tem como foco o social e o combate a pobreza.

Em janeiro a SECOM realizou a cobertura da visita do governador Ronaldo Caiado ao presidente Luis Inácio Lula da Silva para discutir projetos para diminuição da desigualdade e promoção do emprego.

Em fevereiro, o governador Ronaldo Caiado lançou as obras do Complexo Oncológico de Referência do Estado de Goiás – CORA, em Goiânia.

Com investimento de R\$ 424,71 milhões, a unidade terá 148 leitos de internação, centro cirúrgico, farmácia, centro de exames por imagem e de infusão quimioterápica. O CORA comportará procedimentos de alta complexidade, como transplante de medula óssea.

O complexo contará ainda com leitos para internação de adultos, ala de prevenção e um alojamento para receber familiares de paciente. A Secom também realizou cobertura das entregas na área habitacional. A exemplo da entrega em maio no município de Campestre, por meio do Programa Pra Ter Onde Morar – Construção/casas a custo zero e também Aluguel Social. De igual forma, a publicidade é imprescindível para que famílias que estejam em qualquer lugar do Estado e se enquadrem nos critérios possam se inscrever.

Na área da Educação a Secom divulgou as entregas de unidades escolares, como a inauguração da escola padrão Século XXI em Teresina de Goiás e o anúncio, pelo governador Ronaldo Caiado, do pagamento do Piso, em maio de 2023, quando o Governo de Goiás reajustou em 5,93% a Data-Base do funcionalismo público estadual e fez a adequação dos vencimentos dos professores da rede pública ao novo Piso Salarial Nacional.

Junho foi um mês de muitos eventos, dentre eles destaca-se a cobertura do maior evento de tecnologia do Estado, a Campus Party Goiás que foi realizada de 15 a 19/06. Neste ano, o evento teve recorde de público e, cerca de 150 mil pessoas passaram pela estrutura montada no Passeio das Águas Shopping, em Goiânia.

Em julho deste ano foi celebrado o aniversário de 296 anos da cidade de Goiás. Na data também foi realizada simbolicamente a transferência dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, acompanhadas e noticiadas pela comunicação do governo.

Na Cultura, a Secom fez ampla cobertura da Procissão do Fogaréu, FICA e Festival Canto da Primavera.

O HUB Goiás – O primeiro HUB público da região Centro-Oeste entrou em operação em julho de 2023 e contou com investimento de R\$ 12,3 milhões. Destinado a atividades ligadas ao empreendedorismo e inovação, é administrado pelo Porto Digital.

A Secom fez durante todo ano ampla cobertura da atuação do Goiás Social, que trabalha com três eixos basilares de atuação: Emergencial, Protetivo e Emancipatório. O Programa Dignidade foi lançado em agosto de 2023 e beneficia com R\$ 300 ao mês pessoas idosas entre 60 e 65 anos em situação de pobreza ou de extrema pobreza em Goiás, inscritas no Cadastro Único (CadÚnico). A importância de dar transparência a tais programas por parte da Secom está no fato de informar possíveis famílias que, por ventura, não esteja no programa e tenha direito de estar.

As publicações dos conteúdos e das ações do Governo nos veículos de imprensa são uma importante ferramenta para controle, divulgação do trabalho e também fiscalização da própria sociedade. Em 2023 o poder Executivo Estadual conseguiu inserir 135.848 notícias em veículos locais, nacionais e internacionais. Destas publicações, a maioria delas, 67,7%, são de cunho positivo, outras 31,4% são neutras e apenas 0,9% são negativas.

Por meio da análise de ocupação da mídia, o Governo de Goiás esteve presente em 559 horas e 06 minutos e 32 segundos nas TVs e 806 horas, 50 minutos e 33 segundos nas rádios. Na centimetragem da mídia impressa e online, o conteúdo é convertido em valores e dimensões aproximadas, para serem calculados. A web calculou 6.912.281 centímetros e os impressos 997.523 centímetros. As notícias que mencionaram o Governo do Estado diretamente, ou seja, como uma fonte primária e/ou personagem, representam 77.4% do total.

Os principais assuntos divulgados são o avanço do PIB Goiano, Vacinação Covid-19, Saúde estadual, o Programa Pra Ter Onde Morar, ações do Goiás Social, Geração de Empregos, Segurança Pública, a gestão do governador Ronaldo Caiado, além de assuntos relacionados à agenda cultural promovida pelo estado Estado de Goiás.

RELATÓRIO PRESTAÇÃO DE CONTAS GOVERNAMENTAIS 2023

Segmentando as informações por tipos de textos tem-se que 123.239 ou 90,7% são matérias, 4.990 (3,7%) estão em colunas, 4.749 em chamada de capa, 1.959 são entrevistas, 239 em debates, 228 citações em artigo, 161 em editorial, 116 em notas, 57 em matéria com chamada, 50 em reportagem, 39 em carta/e-mail, 14 anúncios ou publicidade, e sete ao vivo e chamada.

A distribuição por mídia aponta os sites como a mídia que mais publicou assuntos de relevância do Governo de Goiás, sendo 69,7%, seguido dos impressos 14,4%, rádios 6,4%, TVs 5,9% e 3,6% blogs e outros.

Entre os 10 veículos de imprensa, que divulgaram as ações do Governo de Goiás, com maior valor publicitário estão a TV Anhanguera, o jornal O Popular, a Record TV, a TV Globo nacional, Record TV Nacional, GloboNews, Diário da Manhã, jornal O Hoje, Diário de Aparecida e a TV Serra Dourada.

A Secretaria de Estado de Comunicação tem cumprido integralmente sua obrigação legal de atender o princípio a publicidade, garantindo visibilidade às ações Estado como forma de prestação de serviço à população.

SERVIÇOS PÚBLICOS/ META

PRODUTO/UNIDADE DE MEDIDA:	FÍSICO PREVISTO	FÍSICO REALIZADO	VALOR LIQUIDADO (R\$):
10898 - CAMPANHA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL REALIZADA / NUMERO	8	35	34.023.697,96
1505 - COBERTURA DE EVENTO REALIZADA /NUMERO	420	344	1.024.355,97

3119 - PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA

ÓRGÃO RESPONSÁVEL: 1200 - SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

ATUAÇÃO: Realização de campanhas publicitárias para tornar transparentes as ações de governo e propiciar conhecimento aos cidadãos.

METAS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL:

16.10 Assegurar o acesso público à informação e proteger as liberdades fundamentais, em conformidade com a legislação nacional e os acordos internacionais.

16.7 Garantir a tomada de decisão responsiva, inclusiva, participativa e representativa em todos os níveis.

VALOR INVESTIDO NA AÇÃO: R\$ 58.014.432,46

PRINCIPAIS RESULTADOS:

Durante o ano de 2023, as campanhas mais relevantes realizadas pela SECOM foram sobre prestação de contas e utilidade pública, com destaque para campanha Multivacinação, Aplicativo Mulher Segura e Matrículas Escolares, que ajudam a sociedade goiana em seu desenvolvimento e tem mostrado resultados satisfatórios.

A campanha Matrículas só no primeiro dia, teve um número superior a 450 mil alunos matriculados. O Aplicativo Mulher Segura atendeu mais de 476 ocorrências apenas em 120 dias. A campanha Multivacinação imunizou mais de 84 mil crianças e adolescentes no estado de Goiás. Outro bom exemplo de campanha publicitária foi a Campanha Transporte Metropolitano que divulgou durante aproximadamente dois meses ações do Governo Estadual na recuperação e modernização do transporte coletivo de toda região metropolitana de Goiânia. Essa ação gerou reações positivas em pesquisas e nas redes sociais.

Todas elas tiveram a finalidade de esclarecer para a população sobre as políticas públicas de governo que vem sendo desenvolvidas e também prestar contas dos resultados alcançados e investimentos realizados.

As publicações dos conteúdos e das ações do Governo nos veículos de imprensa são uma importante ferramenta para controle, divulgação do trabalho e também fiscalização da própria sociedade.

Em 2023 o poder Executivo Estadual conseguiu inserir 135.848 notícias em veículos locais, nacionais e internacionais. Destas publicações, a maioria delas, 67,7%, são de cunho positivo, outras 31,4% são neutras e apenas 0,9% são negativas. Por meio da análise de ocupação da mídia, o Governo de Goiás esteve presente em 559 horas e 06 minutos e 32 segundos nas TVs e 806 horas, 50 minutos e 33 segundos nas rádios. Na centimetragem da mídia impressa e online, o conteúdo é convertido em valores e dimensões aproximadas, para serem calculados.

A web calculou 6.912.281 centímetros e os impressos 997.523 centímetros. As notícias que mencionaram o Governo do Estado diretamente, ou seja, como uma fonte primária e/ou personagem, representam 77,4% do total. Os principais assuntos divulgados são o avanço do PIB Goiano, Vacinação Covid-19, Saúde estadual, o Programa Pra Ter Onde Morar, ações do Goiás Social, Geração de Empregos, Segurança Pública, a gestão do governador Ronaldo Caiado, além de assuntos relacionados à agenda cultural promovida pelo estado. Segmentando as informações por tipos de textos tem-se que 123.239 ou 90,7% são matérias, 4.990 (3,7%) estão em colunas, 4.749 em chamada de capa, 1.959 são entrevistas, 239 em debates, 228 citações em artigo, 161 em editorial, 116 em notas, 57 em matéria com chamada, 50 em reportagem, 39 em carta/email, 14 anúncios ou publicidade, e sete ao vivo e chamada.

A distribuição por mídia aponta os sites como a mídia que mais publicou assuntos de relevância do Governo de Goiás, sendo 69,7%, seguido dos impressos 14,4%, rádios 6,4%, TVs 5,9% e 3,6% blogs e outros. Entre os 10 veículos de imprensa, que divulgaram as ações do Governo de Goiás, com maior valor publicitário estão a TV Anhanguera, o jornal O Popular, a Record TV, a TV Globo nacional, Record TV Nacional, GloboNews, Diário da Manhã, jornal O Hoje, Diário de Aparecida e a TV Serra Dourada.

No tocante a redes sociais, Facebook e Instagram, o Governo de Goiás alcançou quase 9 milhões de pessoas, indicando um impacto significativo nas interações online.

O alcance no Facebook apresentou um notável aumento de 749,7%, indicando uma expansão significativa da visibilidade das publicações governamentais nessa plataforma. Houve um total de 94.166 visitas ao perfil oficial no Facebook. Foram conquistados 3.466 novos seguidores, refletindo um aumento no interesse e na base de apoiadores dessa plataforma. O governo de Goiás compartilhou 753 publicações, mostrando um esforço contínuo na comunicação e disseminação de informações nessa rede.

No Instagram, o crescimento no alcance foi de 402,7%, demonstrando uma considerável ampliação da audiência nessa rede social. O número de visitas ao perfil do governo de Goiás no Instagram atingiu 216.907. A presença no Instagram atraiu um expressivo número de 39.733 novos seguidores, indicando uma crescente popularidade nessa rede. Foram realizadas 733 publicações no Instagram, indicando uma presença ativa e consistente nessa plataforma ao longo do período.

A Secretaria de Estado de Comunicação tem cumprido integralmente sua obrigação legal de atender o princípio da publicidade, garantindo visibilidade às ações Estado como forma de prestação de serviço à população.

SERVIÇOS PÚBLICOS/ META

PRODUTO/UNIDADE DE MEDIDA:	FÍSICO PREVISTO:	FÍSICO REALIZADO:	VALOR LIQUIDADO (R\$):
10897 - CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA REALIZADA / NUMERO	8	20	58.014.432,46

OBS Estimativa / demanda esperada: Para os casos que o produto for uma prestação de serviço sob demanda da sociedade o físico previsto é uma estimativa e não uma meta.