

INSTITUCIONAL

1. Gestor

GEAN CARLO CARVALHO

2. Síntese da Gestão

2.1 Aspectos Gerais

A Secretaria de Estado de Comunicação (Secom) de Goiás exerce função essencial ao cumprimento do dever constitucional de publicidade dos atos da administração pública, como prevê a legislação, assegurando transparência, acesso à informação e ampla divulgação das ações, políticas públicas e serviços de interesse coletivo desenvolvidos pelo Governo de Goiás. Para o cumprimento dessas atribuições, foi mantida, ao longo de 2025, estratégia permanente de relacionamento institucional com os veículos de comunicação, garantindo fluxo contínuo, isonômico e transparente de informações, com respeito à autonomia editorial da imprensa e acesso equitativo aos conteúdos de interesse público.

As Campanhas institucionais do governo, também conhecidas como publicidade institucional, são campanhas de comunicação que visam informar e engajar a população sobre as ações, serviços e políticas públicas do governo. A sua principal finalidade é fortalecer a imagem do governo, aumentar o conhecimento da população sobre as atividades governamentais e, por vezes, promover a participação cidadã.

Principais Objetivos e Metas:

- Promover a transparência governamental: Garantir uma comunicação eficiente, clara e acessível à população de Goiás.
- Fortalecer a compreensão, o conhecimento e a percepção das políticas públicas estaduais junto à população.
- Ampliar o alcance das campanhas públicas: Utilizar estratégias de comunicação digital, rádio, TV e mídias sociais para engajar diferentes segmentos da sociedade.

Estratégia Adotada:

- Comunicação integrada e segmentada: Coordenação entre os canais oficiais do governo e parcerias com veículos de comunicação para maximizar o impacto das campanhas.
- Inovação tecnológica: Uso de ferramentas digitais para monitoramento e análise de resultados em tempo real.
- Capacitação contínua: Treinamento das equipes para garantir excelência na comunicação institucional.

Melhorias na Gestão e Processos:

- Eficiência operacional: Implementação de processos padronizados para maior agilidade na produção e distribuição de conteúdos.
- Monitoramento contínuo: Avaliação constante das campanhas para identificar melhorias e otimizar os recursos.

2.2 Entregas Relevantes nesse Exercício

Entregas Relevantes:

- Transparência e Prestação de Contas: Divulgação de relatórios periódicos sobre obras e programas governamentais.
- Campanha Prevenção às Queimadas, com redução histórica nos focos de queimadas no estado.
- Campanha de Vacinação: Divulgações massivas de campanhas de vacinação e combate à dengue, resultando no aumento de 56,60% na vacinação em 2025 em comparação com 2024. (Fonte: Rede Nacional de Dados em Saúde).
- Campanha de Transporte Público: Com objetivo de divulgar a população as melhorias que já foram implementadas e que ainda serão até o fim do atual governo com novos terminais e ônibus.
- Campanha Goiás Social: Foco em comunicar de forma clara e acessível os avanços e impactos do programa social mais abrangente da história do Estado.

2.3 Premiações / Destaque nesse Exercício

Em 2025, a Secretaria de Estado da Comunicação foi reconhecida no âmbito do Programa de Compliance Público (PCP) do Governo de Goiás, recebendo os selos Diamante nos prêmios Goiás mais Transparente e Ouvidoria Pública e Ouro no Prêmio Ética e Responsabilidade.

A Campanha de combate às queimadas recebeu os prêmios COLUNISTAS BRASIL, COLUNISTAS BRASÍLIA e PRÊMIO CENTRAL DE OUTDOOR.

Os reconhecimentos refletem o alinhamento da Secom aos eixos de transparência ativa, governança, ética e desempenho das ouvidorias.

2.4 Possui Planejamento Estratégico Institucional - PEI

NÃO

2.5 Que outros instrumentos de planejamento foram utilizados

Outros

2.6 Principais Indicadores

As pesquisas tiveram como objetivo mapear o nível de conhecimento, confiança e engajamento da população em relação às peças e programas divulgados pelo Governo de Goiás, além de levantar percepções gerais sobre a imagem institucional e o alcance das mensagens transmitidas nos diversos meios. A pesquisa considerou públicos de diferentes perfis socioeconômicos, com abrangência na capital, Região Metropolitana e cidades-polo do interior do estado. Foram utilizados métodos qualitativos, com grupos de discussão presenciais, com foco na avaliação das campanhas realizadas no período.

- Índice de Alcance das Campanhas: Campanhas publicitárias com alcance em todo o estado, garantindo cobertura de 100%.
- Satisfação do Cidadão: 78,8% do público afirma se sentir bem informado sobre as ações do estado por meio da comunicação governamental, conforme pesquisa de opinião pública.

PROGRAMAS DE GOVERNO

PROGRAMA: 1047 - COMPLIANCE, CONTROLE E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

INICIATIVA: 10224 - PROMOVER A PUBLICIDADE DAS AÇÕES DE GOVERNO

ENTREGAS

ENTREGA	VALORES FÍSICOS		VALORES FINANCEIROS R\$			AÇÕES ORÇAMENTÁRIAS
	PREVISTO	REALIZADO	ESTIMADO PPA	DOTAÇÃO AUTORIZADA	LIQUIDAÇÕES MONITORADAS	
10897 - CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA REALIZADA / NUMERO (01/01/2024 - 31/12/2025)	17,0	38,0	44.928.740,89	85.251.316,00	54.530.252,17	3119 - PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA (R\$ 52.642.840,16)
Resultado das Entregas / Ações						
<p>Campanha de Utilidade Pública: Tem como objetivo conscientizar a população sobre medidas preventivas nas áreas de saúde, segurança, educação, transporte público e demais ações sociais do governo.</p> <p>Observa-se alta aceitação das ações divulgadas, conforme demonstrado pelos resultados das pesquisas de percepção e dos pós-testes realizados no período. Como exemplos, destacam-se: Transporte Público, no qual 81,2% do público afirmou que a campanha trouxe informações úteis; e Vacinação, que apresentou aumento de 56,60% em 2025 em comparação com 2024 (Fonte: Rede Nacional de Dados em Saúde).</p> <p>Considerando que o planejamento da Secom para o exercício de 2025 previa a realização de 17 Campanhas de Utilidade Pública, registra-se que, ao longo do exercício, foram executadas 38 campanhas dessa natureza.</p> <p>O quantitativo superior ao inicialmente previsto decorreu de demandas supervenientes e imprevisíveis à época do planejamento, relacionadas à necessidade de divulgação de novos programas e ações governamentais, ao atendimento de situações de interesse público imediato, ao cumprimento de determinações legais e de orientações de órgãos de controle, bem como ao reforço das ações de transparência e de prestação de contas à sociedade.</p> <p>Ressalta-se que todas as campanhas realizadas observaram as finalidades legais da comunicação pública, bem como os princípios da legalidade, impessoalidade, publicidade, eficiência e interesse público, não configurando desvio de finalidade, mas, sim, adequação às demandas reais da gestão pública.</p> <p>Por fim, a estimativa financeira mostrou-se suficiente para a realização das entregas, tendo a dotação orçamentária autorizada para o exercício de 2025 sido utilizada em cerca de 72% .</p>						
10897 - CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA REALIZADA / NUMERO (01/01/2026 - 31/12/2027)	0,0	0,0	84.838.206,00	0,00	0,00	
10897 - CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA REALIZADA / NUMERO (01/01/2026 - 31/12/2027) - \$CONSOLIDADO\$	0,0	38,0	84.838.206,00	0,00	54.530.252,17	
Resultado das Entregas / Ações						
Realização física não prevista para 2025.						
10898 - CAMPANHA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL REALIZADA / NUMERO (01/01/2024 - 31/12/2025)	17,0	35,0	44.928.740,89	87.462.486,00	62.677.675,74	3019 - PUBLICIZAÇÃO DAS AÇÕES DO GOVERNO (R\$ 48.094.151,82)
Resultado das Entregas / Ações						
<p>Campanha de Publicidade Institucional: Tem como objetivo reforçar a divulgação institucional e a prestação de contas das ações e políticas públicas do Governo de Goiás. Obteve alta aceitação das ações divulgadas, conforme resultados obtidos em pesquisas de percepção e pós-teste realizadas no período. Como exemplos, temos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saúde Pública: 86,3% da população foi influenciada positivamente acerca das realizações do governo na área. - Educação: Com abordagem qualitativa a campanha trouxe como resultados que a educação é uma das áreas de maior aprovação do Governo de Goiás e que entre os programas e ações mais espontaneamente estão a Escola do Futuro, as reformas das unidades escolares, o Bolsa Estudo e o reforço na alimentação escolar. <p>Essas iniciativas são amplamente associadas à melhoria do aprendizado e à permanência dos alunos nas escolas.</p> <p>Foi realizada a Campanha Invista em Goiás, com objetivo de divulgar as potencialidades de Goiás fora do estado para atrair investidores. Veiculação com cobertura televisiva em todo o território nacional, além da presença nos principais aeroportos do país.</p> <p>Considerando que o planejamento da Secom para o exercício de 2025 previa a realização de 17 Campanhas de publicidade Institucional, registra-se que, ao longo do exercício, foram executadas 35 campanhas dessa natureza.</p> <p>O quantitativo superior ao inicialmente previsto decorreu de demandas supervenientes e imprevisíveis à época do planejamento, relacionadas à necessidade de divulgação de novos programas e ações governamentais, ao atendimento de situações de interesse público imediato, ao cumprimento de determinações legais e de orientações de órgãos de controle, bem como ao reforço das ações de transparência e de prestação de contas à sociedade.</p> <p>Ressalta-se que todas as campanhas realizadas observaram as finalidades legais da comunicação pública, bem como os princípios da legalidade, impessoalidade, publicidade, eficiência e interesse público, não configurando desvio de finalidade, mas, sim, adequação às demandas reais da gestão pública.</p> <p>Por fim, a estimativa financeira mostrou-se suficiente para a realização das entregas, tendo a dotação orçamentária autorizada para o exercício de 2025 sido utilizada em cerca de 78% .</p>						
10898 - CAMPANHA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL REALIZADA / NUMERO (01/01/2026 - 31/12/2027)	0,0	0,0	87.462.486,00	0,00	0,00	
10898 - CAMPANHA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL REALIZADA / NUMERO (01/01/2026 - 31/12/2027) - \$CONSOLIDADO\$	0,0	35,0	87.462.486,00	0,00	62.677.675,74	

Resultado das Entregas / Ações

Realização física não prevista para 2025.

Observação: O saldo apresentado na coluna “Liquidações Monitoradas” corresponde ao somatório das liquidações realizadas no exercício orçamentário de referência do relatório, independentemente do ano de empenho da despesa, incluindo aquelas oriundas de exercícios anteriores inscritas como restos a pagar não processados. O montante referente exclusivamente às liquidações do exercício do próprio relatório está destacado, entre parênteses, na coluna “Ações Orçamentárias”.

3. Descrição Analítica**3.1 Resultado da Iniciativa**

As pesquisas de pós-teste realizadas com o público-alvo das campanhas, bem como indicadores quantitativos e qualitativos relacionados aos investimentos em eventos de grande visibilidade e ao número de pessoas impactadas pelas ações, permitem avaliar o alcance, a eficácia e a percepção pública das campanhas.

As ações do Goiás Social, foram contabilizados mais de 226 mil atendimentos diretos à população, evidenciando o impacto positivo das iniciativas.

Em Inhumas, foram realizados 9.496 atendimentos, enquanto em Aparecida de Goiânia, por meio do programa Goiás Social Mulher, o total alcançou 24.415 atendimentos. O destaque fica para Goiânia, que registrou expressivos 192.849 atendimentos no mesmo programa. Esses números reforçam que os recursos públicos investidos não apenas cumpriram seu propósito, como também ampliaram significativamente o alcance das políticas públicas de inclusão e cuidado social, promovendo benefícios concretos e mensuráveis para milhares de cidadãos goianos.

A campanha de combate à dengue teve como principal objetivo alertar a população sobre os riscos da doença e promover a conscientização quanto à importância da eliminação dos focos do mosquito *Aedes aegypti*. A pesquisa de pós-teste da campanha feita em fevereiro/2025, com uma amostra de 7 grupos de discussão presenciais com a população de Goiânia e Região Metropolitana, é possível observar que a campanha alcançou seu objetivo. Gerando na maioria percepção clara da mensagem e promovendo a conscientização junto ao público-alvo.

A campanha de transporte público realizada entre o fim de janeiro e começo de fevereiro tinha como objetivo promover o investimento feito pelo governo na área e divulgar a população as melhorias que já foram implementadas e que ainda serão até o fim do atual governo. Com divulgação em diferentes mídias, sendo elas TV, jornal, site, rádio, OOH e redes sociais. Uma pesquisa pós-teste foi realizada no começo de março/2025, com 1800 entrevistas com moradores da Região Metropolitana de Goiânia, com idade a partir de 16 anos. Pode-se perceber que os objetivos da campanha foram alcançados, uma vez que as mensagens conseguiram informar com clareza os investimentos realizados pelo governo na área de transporte público, além de ampliar o conhecimento da população sobre as melhorias já implementadas e as previstas até o fim da atual gestão. Os dados evidenciam que o conteúdo teve boa recepção, cumprindo sua função de prestar contas e reforçar o compromisso com a modernização da mobilidade urbana.

Nas três ações destacadas do Goiás Social, foram contabilizados mais de 226 mil atendimentos diretos à população, evidenciando o impacto positivo das iniciativas. Em Inhumas, foram realizados 9.496 atendimentos, enquanto em Aparecida de Goiânia, por meio do programa Goiás Social Mulher, o total alcançou 24.415 atendimentos e Goiânia registrou 192.849 atendimentos no mesmo programa.