



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 2024 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.

I – Aspectos Gerais

Principais Objetivos e Metas:

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

Metas quantitativas e qualitativas do planejamento estratégico:

Integração Institucional

Previsto 100% da meta, e a integração plena da Secretaria foi viabilizada (100%) por meio da difusão de informações e conteúdo de interesse geral, sistematicamente disponibilizados no grupo oficial de WhatsApp: *Info – Secom/Governo*.

Monitoramento das Redes Sociais

Foi previsto em 20% o aumento anual das redes sociais do Governo, evidenciando um crescimento no número de seguidores, passando de **427.825 (2024)**, para **536.100 (2025)**, o que representa uma variação positiva de aproximadamente **25,31%** entre um ano e outro.

Capacitação de Servidores

No tocante à capacitação foi previsto 100%, e verifica-se que foi realizado a capacitação de 13% em 2024 em relação a 4,16% em 2025. Os servidores concluíram cursos voltados às tecnologias de comunicação, contemplando os sistemas **SEI** e **SISLOG**.

Tempo Médio de Resposta da Ouvidoria Setorial

O tempo médio de resposta corresponde ao intervalo de dias transcorrido entre o registro da manifestação pelo usuário e sua finalização no **Sistema de Gestão de Ouvidoria (SGOe)**, apresentando a seguinte evolução:

No ano de **2024**, o tempo médio de resposta foi de **14,5 dias**. Em **2025**, registrou-se um tempo médio de **4,0 dias**, representando um acréscimo em relação ao exercício anterior. Ressalta-se, contudo, que os prazos permaneceram em conformidade com o disposto na **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**, a qual estabelece o prazo de **10 (dez) dias**, prorrogável por igual período, para a prestação de resposta às manifestações.

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 conteúdo.
- Monitoramento contínuo: Avaliação constante das campanhas para identificar melhorias e otimizar os recursos.

Fatores Influenciadores:

- Cenário político favorável: A aprovação do governo estadual, que atingiu 88% de aprovação popular em 2024, potencializou a eficácia das mensagens divulgadas.
- Aumento da demanda por informação: A necessidade de comunicação clara e rápida, especialmente em temas de saúde, educação e segurança.

II – Entregas Relevantes

- Campanhas de Saúde Pública: Divulgações massivas sobre campanhas de vacinação e combate à dengue, resultando em aumento da cobertura vacinal em 15%.
- Transparência e Prestação de Contas: Divulgação de relatórios periódicos sobre obras e programas governamentais.

III – Destaques e Premiações

- Prêmio Nacional de Comunicação Pública: Reconhecimento pela excelência em campanhas de transparência digital.
- Destaque Regional em Comunicação Governamental: Avaliado como o estado com a melhor comunicação pública do Centro-Oeste em 2024.

IV – Instrumentos de Planejamento Utilizados

- SIPLAM: Sistema de Planejamento e Monitoramento das Ações do Plano Plurianual.
- Painel de Indicadores: Ferramenta interna para mensurar o desempenho das campanhas e a satisfação da população.

V – Principais Indicadores

- Índice de Alcance das Campanhas: Média de 85% de cobertura nas campanhas publicitárias.

- Satisfação do Cidadão: 75% de satisfação com a comunicação governamental, conforme pesquisa de opinião pública.

VI – Resultado da Iniciativa “PROMOVER A PUBLICIDADE DAS AÇÕES DE GOVERNO”

- Impacto Social: Divulgação eficiente dos programas sociais resultou em aumento na adesão e melhoria nos serviços públicos.
- Resultados Tangíveis: As campanhas contribuíram diretamente para melhorias nas áreas de saúde, educação e segurança.

VII – Resultado das Campanhas de Publicidade

1. Campanha de Utilidade Pública:

- Objetivo: Conscientizar a população sobre medidas preventivas de saúde e segurança.
- Resultados: Meta de cobertura superada em 10%.

2. Campanha de Publicidade Institucional:

- Objetivo: Reforçar a imagem positiva do Governo de Goiás.
- Resultados: Alta aceitação, com 88% de aprovação popular das ações divulgadas.

As novas metas físicas apresentadas para os anos de 2025, 2026 e 2027 refletem estimativas mais precisas quanto à capacidade de execução das campanhas de utilidade pública e publicidade institucional, garantindo maior coerência com o planejamento orçamentário e operacional da pasta.

Entrega	Ano 2025:	Ano 2026:	Ano 2027:
10897 - CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA REALIZADA	84	95	95
10898 - CAMPANHA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL REALIZADA	84	95	95
TOTAL	168	190	190

Detalhamento da Superintendência de Mídias Digitais

I. Aspectos Gerais

Os principais objetivos da Superintendência de Mídias Digitais em 2025 incluíram:

No exercício de 2025, a Superintendência de Mídias Digitais deu continuidade às ações estratégicas voltadas ao fortalecimento da comunicação institucional do Governo de Goiás, com foco na ampliação do alcance das informações oficiais, incremento do engajamento nas redes sociais e consolidação dos canais digitais como instrumentos de transparência e aproximação com a população.

Estratégia adotada:

Foram utilizados formatos variados de conteúdo, com ênfase em vídeos de curta duração, publicações informativas, campanhas institucionais e ações integradas entre plataformas digitais. Destaca-se ainda a utilização do canal oficial de WhatsApp como meio direto de disseminação de informações governamentais.

II. Entregas Relevantes no Exercício

– Facebook:

Total de visitas: 127 milhões

- Interações com o conteúdo: 103,3 mil (aumento de 24,7%)
- Cliques em links: 108,4 mil
- Visitas ao perfil: 118,7 mil (crescimento de 6%)
- Novos seguidores: 4,4 mil (crescimento de 38,9%)

Evidência de Aferição Facebook:

Os resultados apresentados referentes às redes sociais do Governo (visitas, seguidores, alcance e publicações) foram monitorados e aferidos pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, com base em relatórios gerenciais extraídos das próprias plataformas digitais (Facebook Insights, Instagram Analytics, entre outros), no período de janeiro a dezembro de 2024. Os dados são consolidados mensalmente e revisados anualmente para compor os indicadores de desempenho do Planejamento Estratégico.

– Instagram:

- Visualizações totais: 51,6 milhões
- Alcance: 11,3 milhões de pessoas (crescimento de 22%)
- Interações com o conteúdo: 989,3 mil (crescimento de 100%)

- Cliques em links: 191,7 mil (crescimento de 22,5%)
- Visitas ao perfil: 622,7 mil (crescimento de 49%)
- Seguidores acumulados: 120,2 mil

Evidência de Aferição – Instagram:

Os resultados referentes ao desempenho do perfil oficial do Governo no Instagram (interações, visualizações, alcance e número de publicações) foram monitorados pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, com base em relatórios extraídos da ferramenta Meta Business Suite. Os dados indicam um aumento de 100% nas interações, totalizando 562,5 mil (curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos), 63,4 milhões de visualizações em posts e 9,2 milhões de usuários alcançados (crescimento de 127,5%), com 1.775 publicações realizadas entre janeiro e dezembro de 2024.

– TikTok:

- Visualizações de vídeos: 4,5 milhões
- Visualizações de perfil: 57 mil
- Curtidas: 237 mil
- Comentários: 11 mil
- Compartilhamentos: 18 mil
- Seguidores: 64 mil
- Curtidas acumuladas no perfil: 646 mil

Evidência de Aferição – TikTok:

Os resultados do perfil oficial do Governo no TikTok foram monitorados pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, com base em relatórios da própria plataforma. O desempenho no período de janeiro a dezembro de 2024 registrou 2,2 milhões de visualizações, 109 mil curtidas, 48,4 mil seguidores, além de 10 mil comentários, 6,3 mil compartilhamentos e 32 mil visualizações de perfil.

– WhatsApp:

- Seguidores do canal oficial: 170.535

O canal oficial de WhatsApp foi utilizado como ferramenta estratégica de comunicação direta para disseminação de informações institucionais ao longo do exercício de 2025.

Evidência de Aferição – WhatsApp:

O crescimento do canal oficial do Governo no WhatsApp foi monitorado pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, com acompanhamento via relatórios internos

da plataforma WhatsApp Business API. Em pouco mais de um ano de funcionamento, o canal atingiu 218.416 seguidores, consolidando-se como ferramenta estratégica de comunicação direta com a população.

III. Destaques e Indicadores Principais

- Volume expressivo de visualizações, superando 180 milhões somadas entre Facebook, Instagram e TikTok;
- Crescimento significativo das interações, com destaque para o Instagram (+100%);
- Aumento consistente de cliques em links, fortalecendo a função informativa das redes sociais;
- Utilização integrada das plataformas, com direcionamento do público para canais oficiais e ampliação do acesso à informação.

Destaques quantitativos:

Alcance no Facebook: aumento de 24,7%.

Interações no Instagram: aumento de 100%.

Crescimento exponencial do canal de WhatsApp, consolidando-se como ferramenta de comunicação direta.

Evidência Consolidada – Redes Sociais:

Os indicadores gerais de alcance das redes sociais (Facebook, Instagram, TikTok e WhatsApp) foram aferidos e consolidados pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, totalizando 76,12 milhões de pessoas alcançadas em 2024. Entre os principais destaques, observam-se: aumento de 17,9% no alcance do Facebook, crescimento de 100% nas interações do Instagram e evolução acelerada do canal de WhatsApp.

IV. Instrumentos de Planejamento

Para acompanhamento e avaliação dos resultados, foram utilizados:

- Ferramentas nativas de análise das plataformas digitais;
- Relatórios periódicos de desempenho;
- Monitoramento contínuo de métricas de alcance, engajamento e conversão.

VI. Considerações Finais

Os resultados obtidos no exercício de 2025 demonstram a manutenção e o aprimoramento das estratégias adotadas pela Superintendência de Mídias Digitais, reforçando o compromisso do

Governo de Goiás com a transparência, a modernização da comunicação pública e a ampliação do acesso da população às informações institucionais.

Detalhamento da Superintendência de Imprensa

Tem sido essencial para promover a transparência pública e comunicar, de forma eficiente, as ações e realizações do Governo de Goiás. Atuando de maneira incansável, a equipe tem cumprido seu compromisso de garantir que a população seja bem informada sobre os serviços e políticas públicas implementadas pelo estado.

A Superintendência de Imprensa da 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.

No exercício de 2025, a Superintendência de Imprensa registrou avanços na gestão da comunicação institucional, com aprimoramento da qualidade dos conteúdos informativos produzidos e distribuídos à imprensa. Os textos e notas passaram a adotar linguagem mais direta, clara e objetiva, com foco na precisão das informações e na adequada contextualização das ações governamentais, em conformidade com os princípios da comunicação pública.

Os esforços acima ficam demonstrados no monitoramento da presença institucional do Governo de Goiás na imprensa, que demonstra crescimento expressivo. Entre janeiro e outubro, foram registradas 157.806 menções ao governo estadual ou ao chefe do Poder Executivo, correspondendo a uma média diária de 526 publicações em rádios, emissoras de televisão, sites, jornais impressos, blogs, revistas e podcasts. Para fins comparativos, em todo o ano de 2024 foram contabilizadas 144.168 menções, com média diária de 393 publicações.

A análise qualitativa das menções em 2025 indica manutenção de elevado patamar de abordagens positivas, com redução das citações neutras, que passaram a 19,2%, e aumento das negativas, que atingiram 11,8%, cenário compatível com o crescimento da visibilidade institucional e com o ambiente de maior exposição e debate público.

No mesmo exercício, pesquisas de avaliação administrativa apontaram elevados índices de aprovação do Governo de Goiás. Levantamento do instituto AtlasIntel, divulgado em 17 de dezembro, registrou aprovação de 80%. Pesquisa do Instituto Paraná Pesquisas, divulgada em 8 de dezembro, indicou aprovação de 85,6%. Outros levantamentos nacionais, como o da Quaest, também apontaram patamares elevados de avaliação positiva ao longo do ano.

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 + Transparente e Ouvidoria Pública e Ouro no Prêmio Ética e Responsabilidade. Os

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

Dessa forma, a atuação da Superintendência de Imprensa contribuiu diretamente para o cumprimento das obrigações constitucionais e legais de publicidade dos atos governamentais, para o fortalecimento da transparência pública e para a qualificação da comunicação institucional, assegurando à sociedade o acesso regular, responsável e impessoal às informações de interesse público.

Detalhamento da Superintendência de Publicidade

I – Aspectos Gerais

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 conteúdo.
- Monitoramento contínuo: Avaliação constante das campanhas para identificar melhorias e otimizar os recursos.

Fatores Influenciadores:

- O contexto informacional favorável e o elevado interesse da população por informações institucionais contribuíram para maior receptividade das mensagens divulgadas.
- Aumento da demanda por informação: A necessidade de comunicação clara e rápida, especialmente em temas de saúde, educação e segurança.

II – 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.

III – Destaques e Premiações

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

IV – Instrumentos de Planejamento Utilizados

- SIPLAM: Sistema de Planejamento e Monitoramento das Ações do Plano Plurianual.
- Painel de Indicadores: Ferramenta interna para mensurar o desempenho das campanhas e a satisfação da população.

V – Principais Indicadores

- 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.

VI – Resultado da Iniciativa “PROMOVER A PUBLICIDADE DAS AÇÕES DE GOVERNO”

- Impacto Social: Divulgação eficiente dos programas sociais resultou em aumento na adesão e melhoria nos serviços públicos.
- Resultados Tangíveis: Conforme indicadores de execução e resultados aferidos em pesquisas de pós-teste, as campanhas ampliaram o conhecimento da população sobre ações do governo e políticas públicas nas mais diversas áreas, principalmente nas áreas de saúde, educação, transporte público, social e segurança.

Campanhas realizadas:

1- Descrição das principais realizações das ações governamentais:

1- Descrição das principais realizações das ações governamentais:

a) Ação 3019 - Publicitação das Ações do Governo:

Produto: 10898 - CAMPANHA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL REALIZADA

b) Ação 3119 - Publicidade de Utilidade Pública

Produto: 10897 - CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA REALIZADA

RELAÇÃO DAS CAMPANHAS DE 2025.

Ação 3119 - Publicidade de Utilidade Pública

2.a) Relação de campanhas de publicidade institucional realizada

Mês de Janeiro/2025

Ação Missão à Índia; Janeiro/2025 - OSs 008/2025 (AMP); 010/2025 (PROPEG);

Mês de Fevereiro/2025

Pesquisa Pós Teste - Campanha de Combate à Dengue - Fevereiro/2025 - 009/2025 (PROPEG);

Pesquisa Pós Teste - Campanha Transporte Público - Fevereiro/2025 – OS 017/2025 (AMP);

Pesquisa Pós Teste - Campanha Economia e Indústria - Fevereiro/2025 – OS 018/2025 (LOGOS);

Pesquisa de Opinião Comunicação Institucional do Governo - Fevereiro/2025 – OS 020/2025 (AMP);

Mês de Março/2025

Não houve campanha

Mês de Abril/2025

Pesquisa Pós Teste - Campanha Goiás Social – Abril/2025 - OS 041/2025 (LOGOS);

Pesquisa Qualitativa Campanhas Publicitárias – Abril/2025 - OS 045/2025 (LOGOS);

Campanha Investida em Goiás; Abril/2025 – OSs 048/2025 (AMP); 049/2025 (LOGOS); 050/2025 (PROPEG);

Pesquisa Pós Teste - Campanha Vacinação Contra Influenza; Abril/2025 – OSs 051/2025 (PROPEG);

Mês de Maio/2025

Pesquisa Pós Teste - Campanha Investida em Goiás; Maio/2025 – OSs 053/2025 (AMP);

Pesquisa Pós Teste - Campanha Prestação de Contas Cultura; Maio/2025 – OSs 055/2025 (PROPEG);

Campanha Saúde Goiás 2025; Maio/2025 – OSs 057/2025 (AMP); 058/2025 (LOGOS); 059/2025 (PROPEG);

Vídeo Institucional - Infraestrutura Rodoviária; Maio/2025 – OS 060/2025 (PROPEG);

Mês de Junho/2025

Campanha Prevenção a Queimadas; Junho/2025 – OS 066/2025 (AMP); OS 067/2025 (LOGOS); OS 068/2025 (PROPEG);

Campanha Informações Infraestrutura; Junho/2025 – OS 069/2025 (AMP); OS 070/2025 (LOGOS); OS 071/2025 (PROPEG);

Campanha Informações Entorno II; Junho/2025 – OS 072/2025 (LOGOS);

Campanha Informações Minuto Goiás; Junho/2025 – OS 073/2025 (AMP); OS 074/2025 (LOGOS); OS 075/2025 (PROPEG);

Missão Japão; Junho/2025 – OS 076/2025 (AMP); OS 077/2025 (PROPEG);

Mês de Julho/2025

Pesquisa Pós Teste - Campanha Saúde Goiás 2025; Julho/2025 – OS 078/2025 (AMP);

Campanha Informações Educação Goiás; Julho/2025 – OS 079/2025 (AMP); OS 080/2025 (LOGOS); OS 081/2025 (PROPEG);

Campanha Informações Infraestrutura II; Julho/2025 – OS 082/2025 (AMP); OS 083/2025 (LOGOS); OS 084/2025 (PROPEG);

Mês de Agosto/2025

Campanha Invista em Goiás II; Agosto/2025 – OS 086/2025 (PROPEG);

Pesquisa Campanhas informações Educação Goiás; Agosto/2025 – OS 087/2025 (LOGOS);

Mês de Setembro/2025

Campanha Informações Infraestrutura III; Setembro/2025 – OS 090/2025 (AMP); OS 091/2025 (LOGOS); OS 092/2025 (PROPEG);

Ação Encontro de Corregedores; Setembro/2025 – OS 093/2025 (LOGOS);

Campanha Informações Entorno III; Setembro/2025 – OS 094/2025 (LOGOS);

Campanha Invista em Goiás III; Setembro /2025 – OS 095/2025 (PROPEG);

Campanha Informações Inauguração Cora; Setembro/2025 – OS 098/2025 (AMP); OS 099/2025 (PROPEG);

Mês de Outubro/2025

Campanha Informações Importantes Goiânia; Outubro/2025 – OS 103/2025 (AMP);

Campanha Goiás foi lá e fez; Outubro/2025 – OS 104/2025 (AMP); OS 105/2025 (LOGOS); OS 106/2025 (PROPEG);

Mês de Novembro/2025

Campanha Informações Entorno IV; Novembro/2025 – OS 109/2025 (LOGOS);

Campanha Informações Infraestrutura IV; Novembro/2025 – OS 111/2025 (LOGOS); OS 112/2025 (PROPEG);

Campanha Goiás Transformado 1ª Etapa; Novembro/2025 – OS 115/2025 (AMP); OS 116/2025 (LOGOS); OS 117/2025 (PROPEG);

Campanha Goiás Transformado 2ª Etapa; Novembro/2025 – OS 118/2025 (AMP); OS 119/2025 (LOGOS); OS 120/2025 (PROPEG);

Mês de Dezembro/2025

Campanha Informações Importantes III; Dezembro/2025 – OS 125/2025 (AMP); OS 126/2025 (LOGOS); OS 127/2025 (PROPEG);

2.b) Relação de campanhas de utilidade pública realizada

Mês de Janeiro/2025

Campanha de Combate à Dengue; Janeiro/2025 – Oss 001/2025 (LOGOS)

Campanha Prestação de Contas 2025; Janeiro/2025 – Oss 002/2025 (AMP); 003/2025 (LOGOS); 004/2025 (PROPEG);

Campanha Transporte Público 2025; Janeiro/2025 – Oss 005/2025 (AMP); 006/2025 (LOGOS); 007/2025 (PROPEG);

Campanha Segurança Pública 2025; Janeiro/2025 – Oss 011/2025 (AMP); 012/2025 (LOGOS); 013/2025 (PROPEG);

Mês de Fevereiro/2025

Campanha Economia e Indústria; Fevereiro/2025 – Oss 014/2025 (AMP); 015/2025 (LOGOS); 016/2025 (PROPEG);

Ação Informe Serra Dourada; Fevereiro/2025 – OS 019/2025;

Mês de Março/2025

Campanha de Utilidade Pública – Informações Importantes; Março/2025 – OS 021/2025 (LOGOS);

Campanha de Utilidade Pública – Goiás Social; Março/2025 – OSs 022/2025 (AMP); 023/2025 (LOGOS); 024/2025 (PROPEG);

Campanha Prestação de Contas Saúde; Março/2025 - OSs 025/2025 (AMP); 026/2025 (PROPEG);

Campanha de Utilidade Pública – Goiás Social II; Março/2025 – OSs 027/2025 (AMP); 028/2025 (LOGOS); 029/2025 (PROPEG);

Campanha Prestação de Contas Cultura; Março/2025 – OSs 030/2025 (AMP); 031/2025 (LOGOS); 032/2025 (PROPEG);

Campanha de Utilidade Pública Entorno; Março/2025 – 033/2025 (LOGOS);

Campanha Comunicação Visual; Março/2025 – OSs 034/2025 (AMP); 035/2025 (LOGOS); 036/2025 (PROPEG);

Campanha Expresso; Março/2025 – 037/2025 (LOGOS);

Mês de Abril/2025

Campanha Minuto Goiás; Abril/2025 – OSs 038/2025 (AMP); 039/2025 (LOGOS); 040/2025 (PROPEG);

Campanha de Utilidade Pública – Vacinação contra Influenza; Abril/2025 – OSs 042/2025 (AMP); 043/2025 (LOGOS); 044/2025 (PROPEG);

Campanha Economia e Indústria II; Abril/2025 – OS 046/2025 (LOGOS);

Campanha Goiás Social III; Abril/2025 – OS 047/2025 (PROPEG);

Campanha de Utilidade Pública Eventos Goiás Social; Abril/2025 – OS 052/2025 (PROPEG);

Mês de Maio/2025

Campanha de Utilidade Pública Aparecida de Goiânia; Maio/2025 - OS 054/2025 (AMP);

Campanha de Utilidade Pública Goiás Social Mães de Goiás; Maio/2025 – OS 056/2025 (PROPEG);

Produção de Documentário sobre o Transporte Público; Maio/2025 - OS 061/2025 (AMP);

Arraiá do Bem 2025; Maio/2025 - OS 063/2025 (AMP);

Mês de Junho/2025

Campanha Informações Importantes; Junho/2025 – OS 064/2025 (AMP); OS 065/2025 (PROPEG);

Mês de Julho/2025

Campanha Goiás Tecnologia; Julho/2025 – OS 085/2025 (PROPEG);

Mês de Agosto/2025

Campanha de Utilidade Pública Eventos Goiás Social II; Agosto/2025 – OS 088/2025 (PROPEG);

Campanha de Utilidade Informações Importantes II; Agosto/2025 – OS 089/2025 (LOGOS);

Mês de Setembro/2025

Campanha Transporte Público II; Setembro/2025 – OS 096/2025 (AMP); OS 097/2025 (PROPEG);

Campanha de Utilidade Pública Eventos Goiás Social III; Setembro/2025 – OS 100/2025 (PROPEG);

Mês de Outubro/2025

Campanha “Liga Cidade Limpa”; Outubro/2025 - OS 101/2025 (AMP);

Campanha Contra Adultização de Crianças; Outubro/2025 - OS 102/2025 (PROPEG);

Mês de Novembro/2025

Campanha de Utilidade Pública – Matrícula Escolar; Novembro/2025 - OS 107/2025 (LOGOS);

Campanha Campus Party Goiás 2025; Novembro/2025 - OS 108/2025 (LOGOS);

Ação: Encontro sobre Ética e Inteligência Artificial do Brasil; Novembro/2025 - OS 110/2025 (AMP);

Campanha Quita Goiás; Novembro/2025 - OS 113/2025 (AMP);

Campanha de Utilidade Pública Eventos Goiás Social IV; Novembro/2025 – OS 120/2025 (PROPEG);

Mês de Dezembro/2025

Pesquisa Pós teste Campanhas Goiás foi lá e fez; Dezembro/2025 - OS 121/2025 (LOGOS);

Campanha Prestação de Contas 2025/2026; Dezembro/2025 – OS 122/2025 (AMP); OS 123/2025 (LOGOS); OS 124/2025 (PROPEG);

VII – Resultado das Campanhas de Publicidade

1. Campanha de Utilidade Pública:

- Objetivo: Conscientizar a população sobre medidas preventivas de saúde, segurança, educação, transporte público e ações sociais do governo.
- Resultados: Alta aceitação das ações divulgadas, conforme resultados obtidos em pesquisas de percepção e pós-teste realizadas no período. Como exemplos, temos: Transporte Público: 81,2% do público afirma que a campanha trouxe informações úteis. Vacinação: aumento de 56,60% na vacinação em 2025 em comparação com 2024. (Fonte: Rede Nacional de Dados em Saúde)

2. Campanha de Publicidade Institucional:

- Objetivo: Reforçar a divulgação institucional e a prestação de contas das ações e políticas públicas do Governo de Goiás.

- Resultados:

1. Resultados no âmbito estadual:

Alta aceitação das ações divulgadas, conforme resultados obtidos em pesquisas de percepção e pós-teste realizadas no período. Como exemplos, temos:

- 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. Essas iniciativas são amplamente associadas à melhoria do aprendizado e à permanência dos alunos nas escolas.

2. Resultados em nível nacional

Foi realizada a Campanha Invista em Goiás, com objetivo de divulgar as potencialidades de Goiás fora do estado para atrair investidores.

- Resultados: Veiculação com cobertura televisiva em todo o território nacional, além da presença nos principais aeroportos do país.

VII – Resultado das Campanhas de Publicidade

1. Campanha de Utilidade Pública:

- Objetivo: Conscientizar a população sobre medidas preventivas de saúde e segurança.

- Resultados: Meta de cobertura superada em 100%.

2. Campanha de Publicidade Institucional:

- Objetivo: Reforçar a imagem positiva do Governo de Goiás.

- Resultados: Alta aceitação, com 78,8% de aprovação popular das ações divulgadas.

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)

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)
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	